



MVO
Jaarverslag 2017

❖ PLUS behaalde in 2017 voor het derde achtereenvolgende jaar de titel Meest Verantwoorde Supermarkt van Nederland.



Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) staat al jaren hoog op de agenda bij PLUS. Binnen het coöperatieve bedrijfsmodel van zelfstandige ondernemers past het werken aan langetermijndoelstellingen zoals duurzaamheid en gezondheid. Onze ondernemers spelen een belangrijke rol in de lokale samenleving. ‘Goed eten’ is de overkoepelende merkpositionering. Dat willen we in de winkels en met interne en externe communicatie zichtbaar maken. Consumenten waarderen dat.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen

PLUS is in 2017 voor het derde jaar op rij uitgeroepen tot de Meest Verantwoorde Supermarkt van Nederland. Met een gemiddelde van 7,58 behaalden we de koppositie in het Duurzaamheidsonderzoek van GfK, dat wordt uitgevoerd in opdracht van Foodmagazine. Het juryrapport: “Vorig jaar werd PLUS al een échte allrounder genoemd, omdat de keten in alle onderzochte thema’s in de top vijf stond. Dit jaar pakt de supermarkt voor alle onderdelen een podiumplaats. Voor vier van de zes thema’s behaalt PLUS zelfs de eerste plaats: gezondheid, klimaat, lokale betrokkenheid en medewerkers. Het is een Sven Kramer en Eric Heijden-achtige dominantie.”

Verantwoord in de schijnwerpers

Om de consument meer te vertellen over de herkomst van onze producten en de verhalen erachter nemen we jaarlijks deel aan de landelijke

campagneweek voor verantwoord eten. Tijdens deze weken staan onze verantwoorde producten extra in de schijnwerpers. Zo besteden we bijvoorbeeld aandacht aan Beter Leven, aan GIJS-producten en aan ons biologisch en Fairtrade assortiment. Dit doen we via onze magazines, op de website en via sociale media.

Jaarlijkse stakeholdersbijeenkomst

In juni vond onze jaarlijkse stakeholdersbijeenkomst plaats bij PLUS J. Schimmel Panoven in IJsselstein, één van de vijf winkels die is ingericht volgens de nieuwste PLUS formule (Briljant 2.0). Meer dan 30 relaties van maatschappelijke organisaties zijn bijgepraat over ons MVO-beleid en de doorvertaling van onze merkpositionering ‘Goed Eten’ naar de winkelvloer. Een inspirerende bijeenkomst met veel ruimte voor de dialoog over hoe we de consument nog meer kunnen

inspireren en helpen een bewuste keuze te maken. Een concreet voorbeeld hiervan is de introductie van de suikermeter bij de ontbijtgranen. Uit de bijeenkomst bleek dat stakeholders het MVO-beleid van PLUS en de actieve betrokkenheid van stakeholders hierbij waarderen.

Verantwoord nieuwsbrief

In 2017 verscheen elk kwartaal de Verantwoord nieuwsbrief. Hiermee houdt PLUS haar stakeholders op de hoogte van alle ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid en goed en verantwoord eten. De nieuwsbrief wordt verzonden aan ruim 200 stakeholders.

Andere samenwerkingsvormen en initiatieven

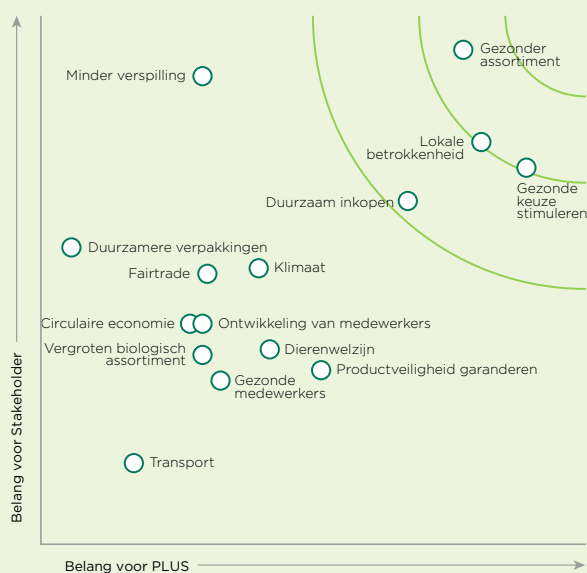
Naast onze stakeholdersbijeenkomst neemt PLUS ook deel aan diverse andere initiatieven en samenwerkingsvormen. Zo zijn we via inkooporganisatie Superunie aangesloten bij de Ronde Tafel voor Duurzame Palmolie (RSPO), de Ronde Tafel voor Duurzame Soja (RTRS), het Convenant Verduurzaming Verse Groente en Fruit (Initiatief Duurzame Handel) en het Convenant Verantwoorde Soja (Initiatief Duurzame Handel). Via brancheorganisatie CBL zijn we betrokken bij de Alliantie Verduurzaming Voedsel, het Akkoord Verbetering Productsamenstelling, het CBL Klimaatplan, het Actieplan Vis Beter, het verdoofd castreren van biggen, het Convenant Tussensegment, het Convenant Marktonwikkeling Biologische Landbouw, de Stichting Weidegang, de Duurzame zuivelketen, Milieukeur/Planetproof en GlobalG.A.P., de GlobalGAP module voor diertransport, Plastic Heroes, Raamovereenkomst Verpakkingen, Dutch Alliance Sustainable Palm Oil, BSCI en vanaf eind 2017 bij Cerrado Manifesto. We steunen daarnaast goede initiatieven van derden zoals het voorstel voor een wettelijk kader zorgplicht kinderarbeid. Ook met andere stakeholders wordt veel gesproken over ons MVO-beleid en onze vijf pijlers. Verderop in dit hoofdstuk staat per pijler een aantal stakeholders genoemd waar we in 2017 mogelijkheden tot verduurzaming mee hebben verkend of samenwerking mee hebben gezocht.

Samenwerking met leveranciers

We werken samen met veel verschillende leveranciers uit binnen- en buitenland. Dit zijn vaak langdurige contracten. Alle leveranciers voldoen aan onze inkoopvoorwaarden. We hebben frequent contact met onze leveranciers. Ons MVO-beleid, de herkomst van producten en het steeds gezonder maken van producten (minder zout, suiker en verzadigd vet) is tijdens onze gesprekken een belangrijk punt van aandacht. Wij zien dat steeds meer leveranciers ook werken aan de verduurzaming en het gezonder maken van hun producten.

Materialiteitsonderzoek

Om te weten welke aspecten van onze bedrijfsvoering voor consumenten en andere stakeholders van belang zijn, hebben we in de zomer een materialiteitsanalyse uitgevoerd. We vroegen aan verschillende groepen stakeholders (klanten, ondernemers, maatschappelijke organisaties en het Greenteam) welke prioriteiten PLUS moet stellen als het gaat om maatschappelijk en verantwoord ondernemen. Uit de analyse is gebleken dat al onze stakeholders het vooral belangrijk vinden dat wij aandacht besteden aan een gezond assortiment, het stimuleren van de gezonde keuze, lokale betrokkenheid en duurzaam inkopen. Deze onderwerpen waren voor PLUS al belangrijk en krijgen prioriteit in de MVO-strategie voor 2018-2020.



“Goede omstandigheden voor iedereen, daar staan we voor.” Eric Leebeek

Eric Leebeek is voorzitter van het PLUS Greenteam. Het Greenteam is het team dat tweemaandelijks bij elkaar komt en het MVO-beleid ontwikkelt, de voortgang monitort en zorgt voor een goede uitvoering. Onder leiding van commercieel directeur Eric Leebeek en ondersteund door adviesbureau Schuttelaar & Partners, bestaat het team uit directieleden en managers uit verschillende disciplines. Zo kunnen we MVO organisatiebreed doorvoeren.

“Duurzaamheid en verantwoord zijn voor PLUS belangrijke thema's. Ons MVO-beleid heeft in de jaren steeds verder vorm gekregen en is bij onze medewerkers top of mind. Maar het kan natuurlijk altijd nog beter. We blijven daarom ons verantwoorde assortiment verder uitbreiden en blijven met onze stakeholders in gesprek en samenwerken aan initiatieven voor een duurzame en gezonde toekomst.”

Vijf pijlers

Ons MVO-beleid bestaat uit vijf pijlers.



1. Verantwoorde herkomst van producten

Met de producten in onze schappen hebben we een impact tot aan het begin van de keten. Onze ambitie is om positieve impact te creëren voor producenten en werknemers binnen onze toeleveringsketens, voor het milieu en voor dierenwelzijn. We streven ernaar om de productie en distributie van producten zo min mogelijk ten koste te laten gaan van het milieu en het welzijn van dieren. Zo maken we ons assortiment met concrete stappen steeds duurzamer en vertellen we de consument graag over de herkomst van deze producten.



2. Gezondheid en vitaliteit

Eten en drinken hebben een grote invloed op de gezondheid en vitaliteit van mensen. Mensen zijn zich steeds bewuster van het belang van gezonde voeding. Ons doel is om consumenten te helpen bij het ontwikkelen van een gezonde leefstijl en het makkelijker te maken bewust te kiezen. We stimuleren de ontwikkeling richting gezond en verantwoord. We verbeteren ons assortiment voortdurend, zodat de goede keuze steeds gemakkelijker wordt.



3. Een beter milieu

Als supermarktketen hebben we op meerdere manieren impact op het milieu: van onze grondstoffen en het netwerk aan distributiecentra en supermarkten, tot het afval dat we produceren. We streven ernaar de impact van onze bedrijfsvoering op het milieu zoveel mogelijk te beperken. We werken hierin nauw samen met leveranciers, logistieke dienstverleners en nutsbedrijven.



4. Lokale betrokkenheid

Onze supermarkten zijn gericht op het leveren van goede en verantwoorde producten en het verlenen van optimale service. Daarnaast willen we met onze winkels een positieve bijdrage leveren aan de lokale samenleving. Met activiteiten die het mogelijk maken om kinderen gezond op te laten groeien, of die bijdragen aan een veilig en plezierig woon-, leef-, en werkklimaat.



5. Goed werkgeverschap

PLUS vindt het belangrijk om een goede werkgever te zijn. Alleen met hun inzet en enthousiasme is het mogelijk om onze ambitie om de beste supermarkt van Nederland te zijn waar te maken. Daarom investeren we in opleidingen voor onze medewerkers, stimuleren we een gezond voedingspatroon en promoten we het belang van sporten.



Verantwoorde herkomst van producten

In 2016 groeide het assortiment met de keurmerken Fairtrade, biologisch, Beter Leven en MSC/ASC flink, evenals het aanbod van streekproducten onder de naam GIJS. Over ons verantwoord assortiment hebben we veel contact met verschillende stakeholders. Een vergaand voorbeeld hiervan is het strategisch partnerschap met Max Havelaar. Deze samenwerking heeft als doel te zorgen dat organisaties van boeren en arbeiders die produceren voor PLUS de ruimte krijgen om te investeren in betere leef- en werkomstandigheden via de Fairtrade handelsvoorwaarden. In 2017 zijn we met onze leveranciers het gesprek aangegaan over het gebruik van meer duurzame cacao. In 2018 gaan we meer stappen zetten in de omzetting naar Fairtrade gecertificeerde cacao. We zochten daarnaast ook samenwerking met de Dierenbescherming, de Good Fish Foundation, Milieu Centraal en gingen in gesprek met andere stakeholders zoals Greenpeace, Milieudefensie, Milieukeur, Oxfam Novib, Varkens in Nood en Wakker Dier.

Omzet verantwoord assortiment met keurmerken

Een groot deel van ons verantwoord assortiment heeft een keurmerk. In onderstaande tabel wordt de omzet voor de producten met keurmerk in 2017 weergegeven.

PLUS koploper in Fairtrade: 1,3 miljoen dollar aan boerenorganisaties

We willen de keuze voor verantwoorde producten makkelijk maken voor de consument en zetten daarom al sinds 2010 hele productcategorieën om naar Fairtrade. Van alle Nederlandse supermarktketens zorgt PLUS met de verkoop van haar Fairtrade gecertificeerde huismerkproducten voor de hoogste Fairtrade premieafdracht. Dat blijkt uit impactonderzoek van Stichting Max Havelaar. In 2017 droeg PLUS met de verkoop van Fairtrade gecertificeerde huismerkproducten 1,3 miljoen dollar aan premies af aan boerenorganisaties in ontwikkelingslanden. Fairtrade producten herken je aan het onafhankelijke Max Havelaar keurmerk voor Fairtrade. Alle producten met dit logo zijn geproduceerd en verhandeld onder eerlijke voorwaarden.

Steeds meer duurzame cacao

In 2017 hebben we ons gericht op het verduurzamen van cacao in nog meer van onze huismerkproducten. Veel cacaoboeren leven in armoede. Er is nog veel te doen aan de verbetering van hun situatie en wij leveren daar graag een bijdrage aan. Onze ambitie: eind 2020 is alle cacao in onze huismerkproducten Fairtrade gecertificeerd. Ook al wordt soms maar weinig cacao in een product gebruikt. Inmiddels staan de eerste nieuwe PLUS

Keurmerk	2016	2017	Resultaat groei (%)	Ambitie 2018
ASC/MSC	€ 18.198.276	€ 21.969.421	21%	+5%
Beter Leven	€ 113.133.000	€ 139.172.477	23%	+10%
Biologisch	€ 33.643.000	€ 37.007.300	10%	+12%
Fairtrade	€ 36.603.000	€ 40.629.330	11%	+6%
GIJS	€ 11.299.311	€ 11.363.859	0,06%	+6%

Alle bedragen zijn inclusief BTW.

huiskmerkproducten in het schap waarvan de cacao Fairtrade gecertificeerd is. Het gaat bijvoorbeeld om PLUS Cacao koekjes en de PLUS Mini choco mix. Ook de cacao in alle PLUS Chocolademelk en een deel van het broodbeleg van ons huiskmerk is Fairtrade gecertificeerd.

Onze huiskmerktabletten chocolade van 200 gram zijn omgezet van UTZ naar Fairtrade gecertificeerd. Daarnaast hebben we vier nieuwe Fairtrade gecertificeerde 'Moment' tabletten geïntroduceerd.

Nieuwe Fairtrade introducties in 2017

In 2017 hebben we ons wijnessortiment uitgebreid met twee nieuwe Zuid-Afrikaanse Fairtrade gecertificeerde wijnen. Deze wijnen worden geproduceerd op grotere 'farms'. Zij voldoen aan de Fairtrade voorwaarden voor plantagearbeid. Ook nieuw in 2017 zijn de PLUS Koffiecapsules, geschikt voor de Dolce Gusto-machine. We introduceerden vijf varianten.

Tal van Fairtrade huiskmerkproducten

Producten die op dit moment bij PLUS Fairtrade gecertificeerd zijn: PLUS Koffie, bananen, PLUS Chocoladerepen en -tabletten, seizoen chocolade en PLUS Thee. Verder zijn de volgende PLUS Huiskmerk producten Fairtrade gecertificeerd: ananassen, limoenen, kokosnoten, haricots verts, physalis, sinaasappelsap, pandan- en basmatirijst, huiswijn, cashewnoten gezouten en ongezoeten. Ook heeft een aantal ondernemers de keuze gemaakt voor Fairtrade rozen. Verder worden ook in samengestelde producten duurzame stappen gezet. Zo zijn bijvoorbeeld voor de nieuw geïntroduceerde PLUS magere bananenyoghurt Fairtrade bananen gebruikt.

Dierenwelzijn verbeteren

Meer dan 2 miljoen dieren per jaar¹ hebben een beter leven gekregen doordat PLUS is overgestapt naar vlees met 1- of meer sterren van het Beter Leven keurmerk. We borgen het gehele proces: van de boer tot en met het eindproduct. Iedere stap in de keten wordt gecontroleerd om dierenwelzijn en kwaliteit te garanderen.

Ons vleessortiment met keurmerk hebben we in 2017 verder uitgebreid met vleeswaren. Zo heeft nu bijvoorbeeld 90% van alle varkensvleeswaren het Beter Leven keurmerk 1-ster en is gestart met de verduurzaming van kipvleeswaren. Ook in de maaltijden gebruiken we Beter Leven vlees. Voor de huisdierenbezitters hebben we diervoeding met een Beter Leven keurmerk (vlees) en ASC- of MSC-keurmerk (vis). Onze ambitie is om het Beter Leven keurmerk 1-ster de basis te laten zijn voor het totale assortiment. Omdat paardenvlees vaak een restproduct is uit de hobby-, sport- of boerderijwereld, kan het dierenwelzijn niet worden geborgd en het medicijngebruik niet worden nagegaan. PLUS besloot al eerder om geen vers paardenvlees meer te verkopen en is vanaf begin 2018 ook gestopt met de verkoop van paardenvleeswaren.

Veel duurzaam gevangen en gekweekte vis

Bij PLUS is verse en vriesverse vis duurzaam gevangen of duurzaam gekweekt. Waar beschikbaar draagt de vis van PLUS het MSC- of ASC-keurmerk. Inmiddels heeft ruim 95% van het verse vis assortiment van PLUS een verantwoorde herkomst. Voor vriesverse vis van het PLUS Huiskmerk is dit 80-90%. In samenwerking met de Good Fish Foundation voeren we een duurzaam inkoopbeleid voor vis. In de visconserven hebben we stappen gezet waardoor steeds meer vis in blik bij PLUS een MSC- of ASC keurmerk heeft. Bijvangst noemen we de vissen waar in eerste instantie niet op gevist wordt, maar die wel in het net terecht komen. Deze vissen - zoals bijvoorbeeld schar, schelvis en wijting - zijn hele mooie vissen voor lekkere gerechten. Sinds het najaar heeft PLUS ook bijvangstvis in het schap liggen.

¹ Deze cijfers hebben uitsluitend betrekking op vers vlees en zijn exclusief biologisch.

Duurzame zuivel bij PLUS

Boeren, melkproducenten, retailers en maatschappelijke organisaties werken samen aan de verduurzaming van Nederlandse zuivel. De zuivel van ons huiskamer afkomstig uit Nederland is gemaakt van weidemelk en we voeren een uitgebreid assortiment biologische zuivel. Daarnaast zijn we betrokken bij het pilot-project 'Beter Leven Keurmerk voor zuivel' waarin aandacht is voor dierenwelzijn én natuur en milieu. PLUS zet zich in voor zuivel met 2 sterren. Het pilot-project is een gezamenlijk initiatief van de Dierenbescherming, Natuur & Milieu en Vogelbescherming Nederland. De introductie van het zuivelkeurmerk vindt in de loop van 2018 plaats.

GIJS streekproducten in assortiment

GIJS producten kenmerken zich door een ambachtelijk karakter. Ze vertellen het verhaal van de boeren, bakkers en slaggers die hun producten op authentieke wijze produceren. Ook in 2017 hebben we nieuwe GIJS streekproducten aan het assortiment toegevoegd. Alle GIJS boeren zijn nu gecertificeerd met het 'weidemelk'-certificaat. Het keurmerk geeft aan dat de kaasboeren de koeien ten minste 120 dagen per jaar, minimaal 6 uur per dag in de wei laten grazen. Van de gecertificeerde weidemelk die deze koeien geven, maken GIJS boeren op ambachtelijke wijze boerenkaas. We hebben nu meer dan 100 GIJS streekproducten in het assortiment.

Vrije uitloop- en biologische eieren met Beter Leven keurmerk als standaard

Wij verkopen al sinds 2012 enkel vrije uitloopeieren met het Beter Leven Keurmerk 2-sterren en biologische eieren met het Beter Leven Keurmerk 3-sterren. In 2017 was er tijdelijk een ophok- en afschermplicht voor kippen vanwege de vogelgriep. Deze is medio april opgeheven en daarna konden de kippen weer naar buiten. Ook de fipronil-crisis heeft er toe geleid dat er tijdelijk minder eieren beschikbaar waren.

Certificering groente en fruit van Nederlandse bodem

Ongeveer 50% van onze groente en fruit van Nederlandse bodem is in 2017 gecertificeerd volgens Milieukeurcriteria. Milieukeur stelt als eis voor certificering dat boeren en tuinders zich met de teelt extra inspannen voor schonere lucht, een vruchtbare bodem, goede waterkwaliteit en meer natuur op het landbouwbedrijf. Ook veel van onze vers gesneden groente, zoals andijvie, prei en wortelen zijn al gecertificeerd. Eind 2019 willen we dat ons volledige assortiment groente en fruit uit Nederland gecertificeerd is.

Ruim 1.500 biologische producten

In 2017 is nog meer prioriteit gegeven aan biologisch. Ons biologische assortiment, onder de merknaam Bio+, is fors uitgebreid. Het totale biologische assortiment komt hiermee op ruim 1.500 producten. Voorbeelden van nieuwe producten zijn groentechips, volkoren noedels, belegen kaas, diverse soorten yoghurt en peulvruchtensalades. De producten zijn herkenbaar aan de groene labels op de schappen.

Materieel onderwerp 'Duurzaam inkopen':

Onze ambitie is om positieve impact te creëren voor producenten en werknemers binnen de toeleveringsketens van PLUS, voor het milieu en voor dierenwelzijn. We zetten ons in om negatieve impact op de keten te voorkomen, te verminderen en te herstellen. We ontwikkelden hiervoor een zogeheten Due Diligence-aanpak: 'Ken de Keten'. We beogen hiermee ook onze toeleveranciers en anderen te inspireren, ondersteunen en in beweging te brengen.

Duurzaam inkoopbeleid

Een groot deel van onze huismerkproducten wordt ingekocht via Superunie. Superunie koopt in met oog voor de impact die het productieproces kan hebben op mens, dier en milieu op korte én langere termijn. Voor de producten van PLUS geldt:

- Op het gebied van arbeidsomstandigheden en beloning vragen wij de leveranciers in hoge-risicolanden deel te nemen aan een social compliance programma (Amfori BSCI platform of gelijkwaardig). Dit wordt opgenomen in de contracten met onze leveranciers en geborgd in ons leveranciers- en productspecificatiemanagementsysteem.
- Van alle aardappelen-, groenten- en fruitleveranciers (agf) uit lage-risicolanden wordt verwacht dat ze extra aandacht besteden aan arbeidsomstandigheden door middel van het GRASP-programma. Dit komt bovenop het kwaliteitsprogramma GlobalGAP. Ook dit is onderdeel van de contracten met onze leveranciers en wordt geborgd in ons leveranciers- en productspecificatiemanagementsysteem.
- Daar waar in de keten veevoer gebruikt wordt, wordt dit gemaakt van verantwoorde soja (Round Table Responsible Soy (RTRS)).
- Alle kartonnen drankenverpakkingen zijn van FSC gecertificeerd karton. Daarnaast voldoen

alle omverpakkingen aan de FSC criteria. Het magazine Boodschappen wordt al enige jaren gedrukt op FSC papier.

- Alle toiletpapier, tissues, zakdoeken, luiers en dameshygiëneproducten zijn verduurzaamd volgens de standaard van FSC of PEFC.
- PLUS wil dat in al haar huismerkproducten de cacao Fairtrade gecertificeerd is. Hiertoe zijn alle 46 leveranciers aangeschreven en gevraagd over te stappen naar Fairtrade gecertificeerde cacao.

Resultaat 2017

In 23,7% van alle PLUS huismerkproducten waar cacao in zit, is Fairtrade gecertificeerde cacao gebruikt.

“Wij zijn blij met onze samenwerking met PLUS omdat zij onze missie, om producenten in ontwikkelingslanden een betere plek in de handelsketen te bieden, van harte ondersteunen. Hun commitment op onder andere cacao laat zien dat PLUS zich realiseert dat juist in deze sector nog veel ontwikkeling nodig is. Doordat PLUS in alle huismerkproducten waar cacao in zit kiest voor Fairtrade certificatie, zal het volume gecertificeerde cacao op de Nederlandse markt verder groeien. Hierdoor krijgen cacaoöperaties in West-Afrika meer ontwikkelingspremie. Deze premiegelden kunnen ze investeren in productieverbetering maar ook in gemeenschapsprojecten als medische zorg en onderwijs.”

*Peter d'Angremond, directeur stichting
Max Havelaar*



Gezondheid en vitaliteit

We werken continu aan het verder verbeteren van onze producten. We zijn aangesloten bij het Akkoord Verbetering Productsamenstelling. We gingen dit jaar daarnaast met verschillende organisaties in gesprek over hoe we consumenten kunnen helpen om de bewuste keuze te maken. We hebben daarover onder meer gesproken met het Diabetesfonds, het Voedingscentrum, HAS Hogeschool, het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en de Universiteit Utrecht. Over het stoppen van kindermarketing op verpakkingen blijven we in gesprek met de Alliantie Stop Kindermarketing.

AGF-producten continu in de schijnwerpers

We hebben het hele jaar een aantrekkelijk en scherp geprijsd aanbod aardappelen, groente en fruit. Voor onze AGF-producten gelden het hele jaar door aanbiedingen. Wekelijks staan er Kies&Mix-aanbiedingen in de folder. Zo kunnen consumenten voor een voordelige prijs volop variëren. Bij spaaracties zijn er altijd extra spaaritems te verdienen bij AGF-producten. In onze magazines en online laten we boeren en telers aan

het woord over hun product, de wijze van telen en de herkomst ervan. Steeds meer producten voldoen aan de criteria van Milieukeur. Met de 'Nu doen, dit is het seizoen'-campagne, die het hele jaar liep, stimuleren we consumenten om te kiezen voor groente en fruit uit het seizoen. Ook hebben chefkoks van 24Kitchen laten zien welke lekkere gerechten consumenten kunnen maken met seizoensgroenten. Ook in 2018 blijven onze AGF-producten volop in de aandacht staan.

Flexitariër-eiland met eiwithoudende producten voor dagje zonder vlees

Voor consumenten die een dagje geen vlees willen eten is in de winkels met de PLUS Briljant 2.0 formule een flexitariër-eiland gecreëerd. Consumenten worden hier geholpen bij het maken van een keuze door verschillende alternatieve producten voor vlees naast elkaar te presenteren: vleesvervangers, vis, peulvruchten en eieren. Het assortiment vleesvervangers is daarnaast uitgebreid met meer producten op basis van bonen, noten en andere producten met een hoog eiwitgehalte.

Materieel onderwerp 'Gezonde keuze stimuleren'

PLUS wil consumenten helpen bewust te kiezen. We gebruiken daarvoor bijvoorbeeld de gezondheidsmeters. Veel van onze gezonde producten zoals onze groente en fruit staan het hele jaar volop in de aandacht. Hiermee proberen we de consumptie van deze gezonde producten te stimuleren. Daarnaast wil PLUS de keuze voor minder gezonde huismerkproducten niet stimuleren via kindermarketing. In 2017 zijn daarom alle 40 verpakkingen van huismerkproducten met kindermarketing aangepakt. Als eerste

supermarkt van Nederland plaatsen wij geen kindermarketingelementen zoals vrolijke figuurtjes en kinderlijke letters meer op de verpakking van minder gezonde PLUS huismerkproducten. Dit betekent dat er bij PLUS geen verpakkingen met kindermarketing op minder gezonde huismerkproducten in de schappen liggen.

Resultaat 2017

In 2017 zijn alle 40 verpakkingen van huismerkproducten met kindermarketing aangepakt.

Verantwoord ontbijten

PLUS zet zich in voor verantwoord ontbijten. Om Nederlanders te helpen een goed en verantwoord ontbijt klaar te maken, heeft PLUS dit voorjaar en met Pasen het ontbijt extra in het zonnetje gezet in de winkels, in het magazine en op de website. We waren in 2017 ook partner van het Nationaal

Schoolontbijt. Dit jaar vond de 15e editie van dit evenement plaats. In de week van 6 tot 10 november gingen 2.900 scholen met in totaal meer dan een half miljoen kinderen samen op school ontbijten. Tijdens deze jubileumeditie werden via de PLUS supermarkten ruim 8.500 pakketten met daarin 221.000 ontbijtjes verdeeld.

Materieel onderwerp 'Gezonder assortiment'

We werken continu aan het verder verbeteren van onze producten. We doen dit door in gesprekken met leveranciers aan te dringen op minder suiker, verzadigd vet en zout. In 2017 hebben we veel van onze huismerkproducten in samenstelling verbeterd en daardoor gezonder gemaakt. In 2018 gaan we daarmee verder.

Steeds minder suiker en zout in PLUS huismerkproducten

Voor alle producten van ons huismerk werken we continu aan het verlagen van het suiker- en zoutgehalte. Zo zit er bijvoorbeeld minder suiker in appelmoes, frisdranken, biscuitjes en blikgroenten, en minder zout in maaltijdpakketten, pastasauzen, soepen, zoutjes en blikgroenten. Vanaf 1 oktober zijn we gestopt met het verpakken van kruidensticks bij vers vlees, dit leidt tot een zoutreductie van 32.500 kilo per jaar. Ook op andere manieren werken aan het verbeteren van de productsamenstelling van onze huismerkproducten, bijvoorbeeld door geen MSG en aspartaam meer te gebruiken, het verhogen van het fruitgehalte, aanpassing van vleescomponenten naar Beter Leven Keurmerk en omzetting van cacao naar Fairtrade.

Resultaat 2017

>400 huismerkproducten verbeterd in productsamenstelling

“Supermarktorganisaties staan samen met het Ministerie en de industrie voor de taak om uitvoering te geven aan het Akkoord Verbetering Productsamenstelling. Dit akkoord is een belangrijke basis voor productverbetering. Door afspraken te maken over maximumnormen voor suiker, zout en/of verzadigd vet voor alle producten in het schap is aandacht voor betere samenstelling de gewoonste zaak van de wereld geworden. Wij zijn verheugd over de stappen die PLUS hierin heeft gezet. PLUS heeft daarnaast aangegeven meer te willen doen dan in het akkoord is overeengekomen. Daar zijn we als vereniging natuurlijk heel blij mee, ook omdat een aantal productgroepen echt nog wel wat extra aandacht kunnen gebruiken. Gelukkig zien we dat daar nu ook meer en meer stappen in worden gezet.”

Henriëke Crielaard, manager voeding en gezondheid, CBL



Een beter milieu

In 2017 is de samenwerking met Voedselbanken Nederland geïntensiveerd. Voorlichtingsorganisatie Milieu Centraal en PLUS bundelden hun kennis en kracht met als doel om klanten van PLUS te helpen om thuis minder voedsel te verspillen. Daarnaast steunen wij in samenwerking met FairClimateFund diverse internationale projecten om onze CO₂-uitstoot te compenseren.

Intensivering samenwerking met Voedselbanken Nederland

PLUS heeft eind 2016 een vernieuwde samenwerkingsovereenkomst gesloten met Voedselbanken Nederland. PLUS ondernemers worden actief gestimuleerd en geholpen om de lokale samenwerking met de voedselbanken uit te breiden. Eind 2017 schonk meer dan 80% van de PLUS supermarkten één of meerdere keren per week producten aan de lokale voedselbank. Daarnaast vragen we huismerkleveranciers om producten ter beschikking te stellen die niet meer geschikt zijn voor verkoop, maar nog wel voor consumptie. Bijvoorbeeld producten met foutieve of beschadigde verpakkingen of etiketten of met een houdbaarheidsdatum die te kort is om nog te kunnen verkopen. De mogelijkheden voor donatie zijn verruimd. Daardoor kan bijvoorbeeld nu ook vers vlees worden gedoneerd, wat voorheen wegens een aantal wettelijke bepalingen niet goed mogelijk was.

Cijfers 2017 'Een beter milieu'

- Nu al 30 winkels zonder gas
- 100% groene stroom uit wind uit Denemarken met certificaten
- 6 winkels met zonnepanelen
- Daling van 5,7% CO₂-uitstoot per collopen opzichte van 2017

Samenwerking Milieu Centraal en tips tegen voedselverspilling

Veel eten dat weggegooid wordt, kan eigenlijk nog prima gebruikt worden en de houdbaarheid kan verlengd worden door de producten op de juiste manier te bewaren. Alleen weten mensen dat niet altijd. Milieu Centraal en PLUS bundelden hun kennis en kracht met als doel om consumenten te helpen thuis voedselverspilling tegen te gaan onder het motto 'Goed eten gooi je niet weg'. De tips zijn goed herkenbaar via het 'hart voor recycleren'-icoon. In week 40 ontvingen consumenten bij de aankoop van een aantal actieproducten een gratis koelkastthermometer bij PLUS. De thermometer kan helpen om voedsel onder optimale omstandigheden te bewaren. Ook geven we onze klanten tips om voedselverspilling tegen te gaan.

Alle PLUS koffie en thee klimaatneutraal

Alle koffie- en theesoorten van ons huismerk zijn naast volledig Fairtrade volgens de Climate Neutral Group ook klimaatneutraal. Klimaatneutraal betekent dat de CO₂ die vrij komt – bijvoorbeeld bij het verbouwen, transporteren, branden en verpakken van koffie – wordt gecompenseerd door te investeren in duurzame energieprojecten.

Alle PLUS supermarkten klimaatneutraal

Alle PLUS supermarkten zijn al sinds 2016 klimaatneutraal door gebruik van 100% groene stroom uit Europese wind, energiebesparende maatregelen en CO₂-compensatie. Sinds 2017 doet PLUS dit – als eerste in Nederland – met Fairtrade gecertificeerde carbon credits: de hoogste standaard op het gebied van klimaatcompensatie. Als compensatie van de CO₂-uitstoot investeren wij in efficiënte kooktoestellen voor gezinnen in Ethiopië en India. Met deze kooktoestellen koken families klimaatvriendelijk.

Steeds meer supermarkten zonder gas

Daarnaast streven we ernaar dat alle winkels geen gas meer gebruiken. Eind 2017 hadden 30 PLUS supermarkten geen gasaansluiting meer. Al het gebruikte gas in de winkels wordt gecompenseerd met Fairtrade carbon credits.

Energie-efficiëntie verder omhoog

PLUS ondersteunt ondernemers om efficiënt om te gaan met energie en daar waar mogelijk zelf energie op te wekken. Zo hebben verschillende winkels zonnepanelen op het dak, zuinige koelingen, elektrische bezorgauto's en wordt er in nagenoeg alle supermarkten gebruikgemaakt van energiezuinige ledverlichting. Alle nieuwe koelinstallaties worden uitgerust met een natuurlijk koudemiddel (CO₂) waarbij ook restwarmte optimaal wordt gebruikt door warmteterugwinning. Een dergelijke koelinstallatie verdient zich snel terug en geeft nauwelijks belasting voor het milieu. In 2017 zijn 24 supermarkten uitgevoerd met CO₂-installaties, daarmee komt het totaal op 77 stuks. De energie-efficiëntie is in de afgelopen tien jaar met meer dan 20% verhoogd. De klimaatafspraken en doelstelling van het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel uit 2010 wordt ook in 2017 gehaald. De totale energie-efficiëntie (EEI) is in 2017 met circa 2% verbeterd. Het doel is om dit in de komende jaren nog verder te verbeteren.

Twee sterren Lean & Green

Al jaren op rij weet PLUS de logistieke keten efficiënter en daarmee milieuvriendelijker te maken. Daarom mag PLUS twee sterren Lean & Green voeren. PLUS heeft daarnaast een bijdrage geleverd aan de ontwikkeling van de derde ster. Dit is de volgende concrete stap in het CO₂-besparingstraject van Lean & Green. Het is de ambitie van PLUS om deze derde ster te realiseren.

Verduurzaming logistiek

De intensivering van het retourladen van goederen bij leveranciers heeft geleid tot een CO₂-reductie. Optimalisatie van het PLUS transportnetwerk heeft ervoor gezorgd dat het goederentransport vanuit het distributiecentrum en daarmee de CO₂-uitstoot fors is afgenomen. Een flink gedeelte van het door ons ingehuurde wagenpark is vervangen door wagens die rijden op Liquid Natural Gas (LNG). Alle chauffeurs van onze dienstverlener Hollander Barendrecht hebben een intensief trainingsprogramma doorlopen om zuinig te

rijden. Ze hebben daarnaast een app gekregen waarmee ze inzicht kunnen krijgen in hun rijgedrag en de directe invloed daarvan op de CO₂-uitstoot. Daarnaast is PLUS betrokken bij het initiatief Cool Rail Europe, een treinverbinding voor versproducten tussen Valencia en Rotterdam.

Minder kilometers met nieuwe dubbeldektrailers

Vanaf begin dit jaar hebben we tien nieuwe milieuvriendelijke dubbeldektrailers rondrijden. De trailers zijn speciaal voor ons gemaakt. Met deze nieuwe trucks kunnen wij 84 containers in één keer afleveren bij onze winkels, tegen 54 containers in de reguliere trucks. Hierdoor zetten we minder vrachtwagens in en reduceren we het aantal ritten. Dit zijn dus flink wat minder kilometers, met brandstofbesparing en CO₂-reductie tot gevolg.

Duurzaam bezorgen

Bijna alle PLUS supermarkten bezorgen nu de boodschappen thuis. Vanuit circa de helft van de winkels gebeurt dit met een elektrische bezorgauto. Met de bakfiets Urban Arrow en een Stint Cargo testte PLUS in 2017 nieuwe manieren om op duurzame wijze boodschappen te bezorgen. In de toekomst moet de vloot van duurzame transportmiddelen verder worden uitgebreid.

Afvalscheiding

Het verduurzamen van afvalmanagement is een belangrijk speerpunt voor PLUS. De gescheiden afvalstromen groeien harder dan het restafval. Er is met name veel meer karton en papier apart ingezameld vanuit de winkels en vervolgens gerecycled. PLUS moedigt consumenten aan om afval ook te scheiden, door het beschikbaar stellen van steeds meer afvalinzamelpunten en het geven van tips.



Lokale betrokkenheid

Alle PLUS ondernemers hebben contact met lokale (sport)verenigingen, basisscholen, de lokale voedselbank, (lokale) goede doelen of andere organisaties zoals bijvoorbeeld de kinderboerderij. In samenwerking met NederlandSchoon werkte PLUS in 2017 aan de aanpak van zwerfafval.

Aanpak zwerfafval

Alle PLUS supermarkten zijn een actieve 'Supporter van Schoon'. Om de buurt schoon te houden hebben alle supermarkten begin 2017 nieuwe afvalbakken geplaatst. In samenwerking met NederlandSchoon en de Gemeente Utrecht is door PLUS in 2017 de 'snoeproute-aanpak' in Utrecht uitgerold. De bedoeling is dat scholieren de prullenbakken eerder zien en hun afval in de prullenbak gooien in plaats van op straat. PLUS nam daarnaast ook dit jaar weer deel aan de 15e editie van de Landelijke Opschoondag op 25 maart door middel van lokale opruimacties.

Was op Maat-campagne

Veel mensen gebruiken meer wasmiddel dan nodig is. In Zuid-Holland wordt het water

zachter gemaakt. Drinkwaterbedrijf Oasen en Nudge zijn na de zomer een Was op Maat-campagne gestart. Hiermee willen zij de kennis van consumenten over de kwaliteit van het water vergroten en hun wasgedrag veranderen. Tijdens de campagne was bij een aantal PLUS supermarkten een doseerbakje te verkrijgen om klanten te stimuleren minder wasmiddel te gebruiken.

Fairtrade Parkstad

In Zuid-Limburg ligt de regio Parkstad. Deze regio heeft zich ten doel gesteld om Fairtrade te worden. De PLUS supermarkten in deze regio trekken dit initiatief en helpen de regio hierbij. Het idee van Fairtrade Parkstad leunt op de Fairtrade Gemeente campagne. Fairtrade Gemeente is een eervolle titel die aangeeft dat supermarkten, horecagelegenheden, organisaties, bedrijven en de gemeente zelf extra veel eerlijk verhandelde producten in- en verkopen en bewustwording creëren. Verschillende PLUS ondernemers in het land werken nauw samen met de lokale Fairtrade Gemeente campagne.

Materieel onderwerp 'Lokale betrokkenheid'

Alle PLUS supermarkten zijn heel actief in de buurt. 95% van de supermarkten sponsort een (sport)vereniging. Dat doen zij met 'Goed eten' en/of een financiële bijdrage. Driekwart van de supermarkten werkt samen met een basisschool, bijvoorbeeld door schoolfruit ter beschikking te stellen of rondleidingen in de winkel te verzorgen. Daarnaast wordt veel samengewerkt met de lokale voedselbanken en andere maatschappelijke organisaties.

Lokale campagnes voor acties op maat

PLUS stimuleert de lokale betrokkenheid richting de ondernemers. Vanuit het servicekantoor is lokaal campagnemateriaal beschikbaar. Ondernemers kunnen die lokale campagnes naar

wens afnemen. Een voorbeeld is bijvoorbeeld de bananenbox. Dit is een PLUS winkelmandje gevuld met bananen dat geleverd kan worden aan een sportclub, zodat de spelers in de pauze zijn voorzien van een gezond en verantwoord tussendoortje. Ook kunnen ondernemers gebruikmaken van materiaal voor bijvoorbeeld een kleurplaatwedstrijd, kindermiddag of een verjaardagsactie. Ook het inzetten van de nieuw ontwikkelde Fairtrade spaarcampagne, waarbij klanten sparen voor gratis Fairtrade huismerkproducten, behoort tot de mogelijkheden.

Resultaat 2017

95% van de supermarkten sponsort een (sport)vereniging.



Goed werkgeverschap

Een goede werkgever zijn vinden we belangrijk. Want alleen met de inzet en het enthousiasme van onze medewerkers is het mogelijk om de beste supermarkt van Nederland te worden. En dat is onze ambitie. Daarom investeren wij in onze medewerkers met verschillende opleidings- en leiderschapsprogramma's. Medewerkers in de distributiecentra worden gecoacht op tilbelasting om blessures en ongelukken te voorkomen. In 2017 zijn ook verschillende initiatieven gestart in het kader van vitaliteit van onze medewerkers. Zo wordt het assortiment in de bedrijfskantine steeds gezonder en hebben veel medewerkers meegedaan aan verschillende sportieve activiteiten. Alle medewerkers kunnen zich bovendien jaarlijks aanmelden voor een vrijwillig periodiek medisch onderzoek.

Duurzaamheid, ook in de opleidingen

In 2017 zijn de voorbereidingen getroffen om in de middenkader- en de kaderopleiding het thema duurzaamheid een duidelijke plek te geven. Naar wens zijn daarnaast e-learningmodules beschikbaar. In 2017 hebben 618 groepen winkelmedewerkers een opleiding gevolgd. In totaal zijn er 23.940 certificaten behaald. Voor de medewerkers van het servicekantoor wordt elk jaar een opleidingsprogramma samengesteld, PLUS Power. In 2017 namen 128 medewerkers deel aan het PLUS Power programma.

Ambitie voor 2018

We zijn en blijven de Meest Verantwoorde Supermarkt. Dit is intern, extern en in de winkel zichtbaar. En dit wordt erkend en gewaardeerd door de consument, maatschappelijke organisaties, leveranciers en wetenschappers.



Doelstellingen Verantwoorde herkomst van producten

- De koploperpositie Fairtrade wordt behouden door:
 - Een omzetgroei van wederom 6%.
 - 50% van de huismerkproducten waarvoor cacao wordt gebruikt, is Fairtrade gecertificeerd in 2018, eind 2020 is dit 100%.
- Het omzetaandeel biologisch wordt verder vergroot (omzet +12%).
- Het assortiment GIJS streekproducten wordt uitgebreid (omzet +6%).
- Het vleesassortiment met Beter Leven keurmerk wordt uitgebreid (omzet +10%).
- Er wordt toegewerkt naar 100% Nederlandse groente en fruit met Milieukeur in 2019.
- De Ken de keten-aanpak wordt aangevuld met concrete voorbeelden van transparantie.



Doelstellingen Gezondheid en vitaliteit

- >500 huismerkproducten zijn in samenstelling verbeterd ten opzichte van 2017.
- Producten met daarop kindermarketing in de categorieën chocolade, suikerwerk, chips, koek en tussendoor worden in de loop van 2018 niet meer op kinderooghoogte gepresenteerd.
- De consumptie van groente en fruit wordt verhoogd door een aantrekkelijk en scherp geprijsd aanbod én door campagnematig aandacht te vragen voor het seizoen.
- De zichtbaarheid van vleesvervangers wordt vergroot door middel van uitbreiding van presentatie en assortiment.
- De caloriemeter bij de frisdranken wordt geoptimaliseerd en als uitgangspunt genomen voor verdere stappen in een bewuster aanbod.
- Goed ontbijten wordt met een landelijke campagne wederom onder de aandacht gebracht in het voorjaar en na de zomer bij de start van het nieuwe schooljaar.



Doelstellingen Een beter milieu

- We behalen de 3de ster Lean & Green voor duurzame logistiek.
- De CO₂-footprint 2018 is 5% lager dan in 2017.
- Minimaal 15 extra winkels gebruiken geen gas meer.
- Vanaf januari 2018 gaan alle winkels slimme gasmeters gebruiken.
- Alle producten moeten zo min mogelijk verpakt worden. Indien een verpakking noodzakelijk is, dan dient deze recyclebaar en/of van natuurlijke grondstoffen te zijn. In 2018 worden alle verpakkingen hierop gescreend.
- Nadat sinds 2016 alle PLUS supermarkten klimaatneutraal zijn, streven we ernaar dat in 2018 ook het servicekantoor, de distributiecentra en de logistiek klimaatneutraal worden.
- Minder verspilling in de winkel en bij de consument blijft het streven, via goed inkopen, samenwerking met de voedselbanken en bewustwording bij de consument.
- Minimaal de helft van de PLUS supermarkten bezorgt de boodschappen bij de klant met een elektrisch aangedreven vervoermiddel.



Doelstellingen Lokale betrokkenheid

- Iedere PLUS supermarkt heeft een winkelpaspoort waaruit blijkt welke MVO-gerelateerde inspanningen op lokaal niveau worden genomen.
- Meer dan 95% van de PLUS supermarkten steunt een (sport)vereniging, én minimaal een ander maatschappelijk initiatief. In de winkels wordt voor de communicatie gebruik gemaakt van de toolkit lokale activiteiten.
- Alle PLUS supermarkten zetten zich in voor het tegengaan van zwerfafval rondom de winkel middels plaatsing van afvalbakken, deelname aan de Landelijke Opschoondag en – indien van toepassing – een snoeproute-aanpak.



Doelstellingen Goed werkgeverschap

- Binnen PLUS Retail is er een leiderschapsprogramma voor alle leidinggevendenden en een persoonlijk ontwikkelingsprogramma voor medewerkers.
- PLUS is voornemens naar één centraal distributiecentrum te gaan. Daarmee worden de vier bestaande distributiecentra op termijn gesloten. Dit heeft uiteraard gevolgen voor de medewerkers op die locaties. PLUS is voor deze medewerkers een sociaal plan overeengekomen met als uitgangspunt maximaal behoud van werkgelegenheid binnen, dan wel buiten PLUS. In het sociaal plan is ook aandacht voor opleiding en scholing voor medewerkers.
- We trainen alle winkelmedewerkers, zodat zij nog meer kennis hebben over 'Goed Eten'.
- In iedere PLUS supermarkt werkt minimaal één medewerker met een afstand tot de arbeidsmarkt.



Corporate doelstellingen

- Het PLUS Greenteam komt 6 keer per jaar bij elkaar.
- De PLUS collega's zijn op de hoogte van onze MVO-activiteiten. Het Greenteam vervult hierin een voorbeeldrol en draagt het MVO-beleid actief uit met als doel collega's te inspireren en enthousiasmeren, zodat we samen next steps blijven zetten.
- We organiseren jaarlijks een stakeholdersdialoog en versturen regelmatig de Verantwoord nieuwsbrief.
- In onze communicatie zetten we primair in op het aanbod van gezonde producten en het stimuleren van de gezonde keuze.
- We plaatsen volop MVO-gerelateerde informatie en inspiratie voor alle doelgroepen op plus.nl en delen dit via social media.
- PLUS staat open voor nieuwe initiatieven van maatschappelijke organisaties.

