

# Zonder duurzaamheid geen bestaansrecht

## Duurzaam produceren is een prioriteit

Hoe helpt duurzaamheid je bedrijfscontinuïteit te garanderen? Enkele experts aan het woord.

### FARM to FORK



“Duurzaamheid is de kern van ons bedrijf. Het zit in onze eigen filosofie. Het is geïntegreerd in de genen van ons bedrijf. Tegelijkertijd levert het ook toegevoegde waarde voor zowel supplier als consument en eindklant.”

Bob Kouw, New Fruit Group



“Frontaal Brewing Company is één van de eerste brouwerijen in Nederland die volledig elektrisch is. We wekken al onze energie zelf op, met 22.000m2 aan zonnepanelen.”

Roel Buckens, Frontaal Brewing Company



“We zijn een enorme energieslurpende branche. Er liggen niet voor niets 1.000 zonnepanelen op het dak. We zoeken samenwerkingen op met regionale boeren voor het opwekken (en leveren) van biogas.”

Koen de Haan, Bakkerij Nollen



De impact op het milieu is een belangrijk gespreksonderwerp in de voedingsindustrie. In toenemende mate leveren bedrijven aanzienlijke inspanningen om te verduurzamen. Dit lijkt vooral maatschappelijk gemotiveerd, maar commerciële motivaties staan daar vlak achter. Zo helpt duurzaamheid organisaties om risico's te verminderen, een efficiëntieslag te maken, en stappen te maken ten opzichte van de concurrentie. Daar is ook de consument niet blind voor.

40%

van de voedselproducenten en -distributeurs in de Benelux wil verduurzamen (in 2023)

In 2024:

87%

### DANONE

heeft haar energieverbruik de afgelopen twintig jaar met 46% verminderd en is van plan nog eens 30% energiezuiniger te worden tegen 2025

Tot 26% hogere winstgroei

Voedings- en drankbedrijven die duurzaamheid prioriteren:

TOT 24% HOGERE OMZETGROEI

Nestle Waters heeft sinds 2009

\$62 MILJOEN PER JAAR BESPAARD

met flesontwerp met 25% minder plastic (door 95 miljoen pond minder PET-plastic per jaar te kopen en distributiekosten te verlagen door lichtere flessen te verkopen)

92%

van Belgische consumenten houdt rekening met duurzaamheid bij aankoopbeslissingen

78%

van de Nederlandse consumenten houdt rekening met duurzaamheid bij aankoopbeslissingen



Tendrapport 2024

“Ben je niet duurzaam, dan heb je geen bestaansrecht. Je moet toekomstbestendig zijn. Er moet een soort systeemomslag komen. In het huidige systeem streeft iedere schakel in de keten naar winstmaximalisatie: zoveel mogelijk opbrengst tegen zo laag mogelijke kosten. Wij gaan meer uit van winstoptimalisatie: een circulaire, vraaggestuurde keten waarin je zult moeten samenwerken om voedselzekerheid te creëren. Iedereen binnen de keten is daar verantwoordelijk voor. Ook wij als consument.”

Marcel Lambregts, Rabobank



Veel grote organisaties – zoals Danone, Mars, Nestlé, General Mills en Mondelez International – streven naar een net zero uitstoot in 2050. Dat zij dat doen geeft wereldwijd een signaal af. De zoektocht naar duurzaamheid is niet alleen goed voor het imago, maar biedt ook commerciële kansen. Duurzaamheid en winstgevendheid kunnen het best benaderd worden als twee zijdes van dezelfde medaille. De vraag is dus: wie volgt?

Meer weten over de rol van digitale transformatie bij het stimuleren van kostenefficiëntie, het verbeteren van de productie, het behalen van duurzaamheidsdoelstellingen en het vergroten van de operationele veerkracht?

Download Visierapport

Neem contact met ons op