

Bijlage 4:

Resultaten, doelstellingen en waardecreatie 2021

In 2021 rapporteren we over de duurzaamheidsdoelstellingen uit de meerjarenstrategie Marathon '22.¹ Deze resultaten zijn opgenomen in de tabel hieronder. Vanaf 2022 zal Vreugdenhil op de duurzaamheidsagenda binnen de nieuwe strategie Marathon '25 rapporteren (zie bijlage 3).

	Doel 2021	Resultaat 2021	Resultaat 2020	Doel 2022	Relevante SDG
Veilige producten	< 0,25% product-kwaliteitsklachten per 1.000 ton product.	0,20% product-kwaliteitsklachten per 1.000 ton product.	0,30 % product-kwaliteitsklachten per 1.000 ton product.	Zie nieuwe doelstellingen Marathon '25 - product kwaliteit & voedselveiligheid.	SDG2
Verlagen energieverbruik tijdens productie	30% minder energieverbruik per ton product ten opzichte van 2005.	23% minder energieverbruik per ton product ten opzichte van 2005.	23,7 % minder energieverbruik per ton product ten opzichte van 2005.	Zie nieuwe doelstellingen Marathon '25 – emissies & energieverbruik.	SDG7
Transparantie over duurzaamheidsdoelen en resultaten	Plek in de top tien binnen de sector 'Voedsel en Dranken'.	Plek zes binnen de sector 'Voedsel en Dranken'.	n/a	Geen KPI in Marathon '25.	SDG17
Verlagen milieu-impact verpakkingen [link naar hoofdstuk]	Een tweede project opstarten voor duurzame verpakkingen met een van onze klanten en/of leveranciers.	Een tweede project over duurzame verpakkingen is opgestart.	opgestart voor duurzame verpakkingen met een van onze klanten.	Geen KPI in Marathon '25.	SDG12 SDG17
Verlagen uitstoot broeikasgassen melkveehouderij	<ul style="list-style-type: none"> 25% van de melkveehouders wekt >50% van zijn stroomgebruik zelf duurzaam op. De doelstelling over energieverbruik is vervallen. 	<ul style="list-style-type: none"> 26,9% van de melkveehouders wekt >50% van zijn stroomgebruik zelf duurzaam op. De doelstelling over energieverbruik is vervallen. 	<ul style="list-style-type: none"> 23,2% van de melkveehouders wekt >50% van zijn stroomgebruik zelf duurzaam op. De doelstelling over energieverbruik is vervallen. 	Zie nieuwe doelstellingen Marathon '25 - emissies & energieverbruik.	SDG7 SDG15
100% duurzame energie voor productie	16% van het energieverbruik is duurzaam.	14,3 % van het energieverbruik is duurzaam.	14,5 % van het energieverbruik is duurzaam + uitvoeren plan klimaatneutraal in 2029 uitvoeren.	Geen KPI in Marathon '25.	SDG7

¹ De materiele onderwerpen zijn geïdentificeerd met behulp van een materialiteitsanalyse waarvoor interne en externe stakeholders zijn geraadpleegd. De materialiteitsanalyse is uitgevoerd in 2016 onder toezicht van het Management Team en de materialiteitsmatrix en onderwerpkeuze zijn opgenomen in het Duurzaamheidsverslag 2020.

Waardecreatie 2021

Vreugdenhil is sinds 1954 actief op de zuivelmarkt. Gaandeweg zijn wij uitgegroeid tot Europa's grootste producent van melkpoeder. Vreugdenhil zorgt daarmee dat zuivel onderdeel kan zijn van ieders dagelijkse dieet. Vanuit onze missie om gedeelde waarde te creëren, werken we als organisatie samen met onze stakeholders aan 3 ambities: responsible value chain, great place to work en climate neutral. De (schaarse) middelen en grondstoffen die we nodig hebben, willen we op een juiste en efficiënte manier besteden met zo min mogelijk invloed op mens en milieu. Op deze manier beogen we een positieve impact te creëren op de lange termijn. Onderstaand model geeft inzicht in de relatie tussen onze (MVO-) inspanningen en de mate waarin deze maatschappelijke waarde creëren en een bijdrage leveren aan de UN Sustainable Development Goals.

INPUT

FINANCIËEL KAPITAAL

- Financiële middelen (eigen vermogen, schulden en investeringen) van banken en investeerders
- € 189 miljoen groepsvermogen

SAMENWERKING EN DIALOOG

Samenwerkingen en jaarlijkse gesprekken met o.a. ngo's, maatschappelijke partijen, wetenschap, overheid en leveranciers.

MEDEWERKERS EN INTELLECTUEEL KAPITAAL

- Kennis en competenties van onze medewerkers
- 476 medewerkers
- Training en ontwikkeling

NATUURLIJK KAPITAAL

- 1,4 miljard kilo melk, waarvan het grootste deel van onze 826 Nederlandse melkveehouders
- 100% RSPO palmolie uit Indonesië, Maleisië, Colombia en Costa Rica
- 100% ProTerra gecertificeerde sojalecithine uit Brazilië
- Overige grondstoffen en verpakkingsmaterialen
- 100% groene stroom
- Gas en water

BEDRIJFSMODEL

Missie

Creating Shared Value voor onze leveranciers, ons bedrijf, onze klanten en hun omgeving.

Visie

Milk nutrition in everyone's daily diet

3 values

- Responsible value chain
- Great place to work
- Climate Neutral

Kernactiviteiten

Productie van melkpoeders van verse koemelk als ingrediënt voor kindervoeding, voor consumenten om lekker melk uit een glas te drinken, én als ingrediënt voor levensmiddelen zoals chocolade, ijs, zuivelproducten, koek en culinaire toepassingen.

OUTPUT

FINANCIËEL KAPITAAL

- € 832,5 miljoen omzet
- Klanten in 131 landen
- Consumer dairy - melkpoeder verpakt in consumenten verpakking
- Industrial dairy - melkpoeder als ingrediënt voor de levensmiddelenindustrie
- Specialised Nutrition – melkpoeder als ingrediënt voor specifieke toepassingen, zoals kindervoeding

SAMENWERKING EN DIALOOG

- Kennisuitwisseling
- Productinnovaties
- 4.000 Ethiopiërs hebben minimaal 20 jaar schoon drinkwater door een waterput
- Steun aan projecten in Liberia

MEDEWERKERS EN INTELLECTUEEL KAPITAAL

- Kennisontwikkeling
- Gezonde en vitale medewerkers
- 5,0% ziekteverzuim
- 8 ongelukken (met verzuim)

NATUURLIJK KAPITAAL

- 94,3% deelname melkveehouders aan duurzaamheidsprogramma
- 91,0% weidegang.
- 23,0% minder energieverbruik per ton product t.o.v. 2005
- 34,5% minder CO₂-uitstoot door melktransport t.o.v. 2013

UITSTOOT EN AFVAL

- CO₂-uitstoot
- Afvalwater
- Bedrijfs- en verpakkingsafval
- Restwarmte

IMPACT

Responsible Value Chain



Met onze (verrijkte) melkpoeders bieden we iedereen het gehele jaar toegang tot veilig en voedzaam voedsel. Daarnaast zorgt het Milky Gari project in Liberia dat kinderen een voedzaam ontbijt krijgen en daardoor naar school kunnen.



Langdurige relaties en samenwerkingen gericht op duurzame en gezonde innovaties, kennisdeling en ketentransparantie.



Via financiering van een waterput in Ethiopië dragen we bij aan universele en gelijke toegang tot veilig en betaalbaar drinkwater.



Via sponsoring dragen we bij aan het project in Congo dat de positie van kwetsbare vrouwen verbetert.



Via sponsoring aan het project in Colombia dat kwetsbare gezinnen onderwijs biedt.

Great Place to Work



We stimuleren de werkgelegenheid, bieden een veilige en gezonde werkomgeving en dragen bij aan de Nederlandse economie.

Climate Neutral



We dragen bij aan het behoud van natuurlijke hulpbronnen door de inkoop van verantwoorde grondstoffen en zetten in op efficiënte productie en transport om zo min mogelijk energie te gebruiken.



Bescherming van agrarische ecosystemen en biodiversiteit via een financiële beloning aan deelnemende melkveehouders aan het duurzaamheidsprogramma. We dragen bij aan duurzaam bosbeheer via de inkoop van gecertificeerde palmolie en soja.



Het is onze ambitie om in 2029 volledig klimaatneutraal te produceren waarbij we inzetten op een groter aandeel hernieuwbare energie en energie-efficiëntie.