21/22

MVO-verslag

Kennemervis Groep

Samen
sterker, slimmer,
beter!

Voorwoord

Beste lezer,

Het is nu bijna twee jaar geleden dat we extra aandacht, tijd en middelen vrijmaakten om het fundament van onze ondernemingen met het oog op de lange termijn verder te verstevigen.

Ik geloof dat je organisaties kunt indelen in drie categorieën: zij die initiatief nemen, bedrijven die zien dat er dingen gebeuren maar afwachten en ondernemingen die niets doen en zich later afvragen wat hen overkomen is. Ik vind dat de Kennemervis Groep haar rol moet pakken in die eerste groep. Dat is hoe we ons kunnen onderscheiden en ons bestaansrecht kunnen behouden. En wil je proactief ondernemen dan heeft dat effect op de manier hoe we ons als groep presenteren. Dan moet je kritisch naar jezelf kunnen kijken en open staan voor wat je kwetsbaar maakt. En met kwetsbaarheid zet je de deur open voor ontwikkeling - als individu en als organisatie. Dat vraagt om leiderschap. Niet alleen van mij, maar juist van iedereen in ons bedrijf.

In 2021, maar ook in 2022 waren de beproevingen die we als mens, maatschappij en als bedrijf tegenkwamen flink. Omstandigheden die onder andere door de enorme druk op prijs, ook ons verleidde om te kiezen voor de korte termijn; om vast te houden aan het oude en niet te kiezen voor het verantwoorde onbekende. Ondanks deze dynamiek hebben we met elkaar gekozen voor duurzaam. Oplossingen die ook economisch steeds logischer zijn, omdat we steeds meer zicht krijgen op de 'echte kosten' van ons gedrag. Een beweging die gesteund wordt door steeds meer collega's. En ook onze klanten maken scherpere keuzes en verwachten van ons dat we blijven innoveren en ontwikkelen – juist op het gebied van MVO. Want, alleen met elkaar kunnen we een volgende stap te zetten in de transitie naar een duurzame bedrijfsvoering.

En we toonden leiderschap. Want ondanks de uitdagingen in de markt presenteerde FishPartners op de Spakenburgse Visbeurs een 'verantwoorde vitrine' met schapkaartjes met de kleurcodes volgens de Viswijzer. Ook stopte FishPartners met de verkoop van de eerste vijf soorten 'rode' vis. Mayonna verbeterde haar verpakkingsportfolio met aanzienlijke besparingen tot gevolg en Bobeldijk Food Group loopt voorop als producent van gezonde en verantwoorde vleesvervangers. Als groep brachten we onze CO2-footprint op Scope 1 en Scope 2 tot in detail in kaart. We gingen met elkaar naar buiten en haalde kennis naar binnen. We stelden vragen en vonden antwoorden. We gingen nieuwe samenwerkingen aan.

Ik ben dan ook trots op de ontwikkeling die we in korte tijd hebben gerealiseerd. Trots op mijn collega's, onze bedrijven, onze klanten en de steun van de familie.

We zijn pas net begonnen.
Veel leesplezier.

Eugène
Spakenburg, december 2022

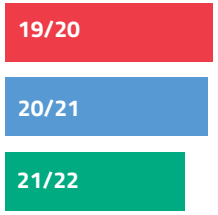
Inhoudsopgave

	Voorwoord van onze CEO	3
	Inhoudsopgave	5
	Kerncijfers 21/22	6
Hoofdstuk 1	**Dit is de Kennemervis Groep**	9
Hoofdstuk 2	**Het jaar in 16 gebeurtenissen**	15
Hoofdstuk 3	**Hoe wij bijdragen aan de Sustainable Development Goals**	21
Hoofdstuk 4	**Samen Duurzaam Team**	25
Hoofdstuk 5	**Duurzame kwaliteit in de praktijk**	29
	Operatie, verpakkingen en reststromen	30
	Duurzame vis, duurzame grondstoffen en transparante ketens	38
	Inzetbaarheid, vitale medewerkers, veilige werkomgeving	46
	Gezonde en veilige producten	54
Hoofdstuk 6	**Overzicht van onze doelstellingen en ambities**	63

Kerncijfers 21/22

Focusgebied 1: Operatie, verpakkingen en reststromen

CO_2 footprint KVG

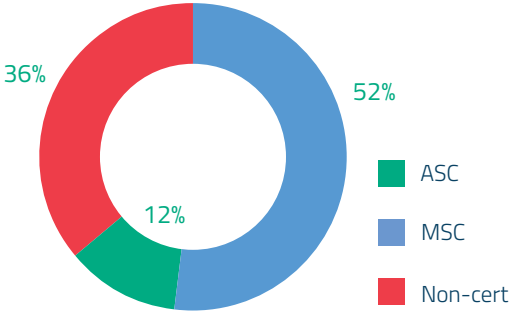


-13%
3.820.211 kg CO_2 over 21/22. Dat is 13% minder dan vorig jaar

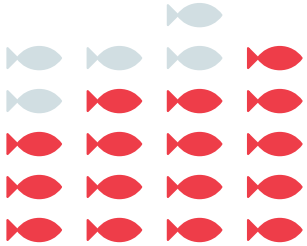
-30%
verpakkingsmateriaal door nieuwe thermo-forming verpakking voor HelloFresh

1.358
zonnepanelen, samen goed voor 7,9% van onze totale energievoorziening

Focusgebied 2: Duurzame vis, duurzame grondstoffen en transparante ketens



Inkoop vis KVG 21/22: Verdeling MSC/ASC



FishPartners is het afgelopen jaar gestopt met de verkoop van 5 soorten 'rode vis'

Focusgebied 3: Inzetbaarheid, vitale medewerkers en een veilige werkomgeving

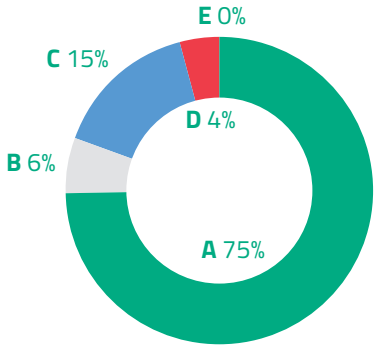
93,1%
inzetbaarheid:

2
bedrijfsongevallen: zonder blijvend letsel

289
vaste medewerkers verdeeld over onze zeven locaties.

84 Fte
aan flexkrachten.

Focusgebied 4: Gezonde en veilige producten



Nutri-score overzicht Bobeldijk

81%
vleesvervangers van Bobeldijk Food Group hebben een Nutri-score A of B.

ZOUT KG

-10.000
door marinadeproject van Mayonna en Jumbo

We werken hard aan de volgende SDG'S:

Samenwerkingen:

HOOFDSTUK 1

Dit is de Kennemervis groep

De Kennemervis Groep (hierna KVG) is een bedrijf met een lange traditie. Al sinds 1929 is onze onderneming actief in de haringvangst op de Noordzee. Visserij en visverwerking zijn door de jaren heen altijd een belangrijk onderdeel geweest van onze activiteiten. Inmiddels, bijna honderd jaar later, bestaat de KVG uit vier bedrijven met ieder een uniek profiel.

Met de overname van de Bobeldijk Food Group in 2020, zijn de activiteiten van de KVG niet meer alleen vis-gerelateerd, maar ontwikkelen, produceren en leveren we ook plantaardige vleesvervangers. Samen met onze zusterbedrijven proberen wij met duurzame voedsel-oplossingen onze klanten optimaal te bedienen.

Maak kennis met onze bedrijven

FishPartners
Kennemervis Group

Vanuit Spakenburg en Enschede levert FishPartners een gevarieerd assortiment van verse vis en visproducten aan de ambulante handel en visspeciaalzaken in Nederland en Duitsland. Onze inkopers kopen dagelijks verse vis op de afslagen van Nederland en Europa. Diepgevroren vis importeert FishPartners vanuit de hele wereld. En naast een assortiment aan vis, levert het bedrijf ook alles wat een professionele vishandel vandaag de dag nodig heeft.

FishPartners' grootste uitdagingen op weg naar een duurzame bedrijfsvoering:

- 36% van de vis die wordt verkocht, is MSC of ASC-gecertificeerd. Dit aandeel dient te worden vergroot
- Momenteel worden nog vissoorten verkocht die volgens de Viswijzer als 'rood' worden gekwalificeerd. Deze worden stap voor stap uitgefaseerd
- Het transport van producten naar leveranciers in Nederland en Duitsland gebeurt met vrachtauto's over de weg. De ontwikkeling van duurzamere alternatieven wordt nauwlettend gevolgd.
- Het verbeteren van de inzetbaarheid van onze medewerkers krijgt bijzondere aandacht

BOBELDIJK
FOOD GROUP BV

Vanuit Deventer bedient Bobeldijk de Nederlandse en internationale markt met plantaardige, vegetarische en biologische producten voor retail, foodservice en de industrie. Onder het merk Vegafit voert Bobeldijk zowel private label als eigen producten. Op de afdeling productontwikkeling wordt gewerkt aan productinnovaties en nieuwe concepten. Hiervoor werkt Bobeldijk samen met zowel klanten als leveranciers. Ook ondersteunt Bobeldijk startups met het verder ontwikkelen van receptuur, een eerste proefproductie, de marktintroductie en de productie van nieuwe plantaardige producten.

Bobeldijk's grootste uitdagingen op weg naar een duurzame bedrijfsvoering:

- Wil de hoeveelheid *food miles* beperken door grondstoffen van dichterbij te halen
- Vleesvervangers scoren goed op het gebied van gezondheid, maar er zijn nog een aantal producten die verbetering behoeven
- Werkplekverbeteringen moeten repeterende en eentonige handelingen beter verdraagbaar maken en waar mogelijk terugbrengen
- Verbeterde inzetbaarheid van onze medewerkers krijgt bijzondere aandacht

In de koude en schone wateren rond Denemarken, zwemt vis van de beste kwaliteit. Vanuit Skagen, het noordelijkste puntje van Denemarken, verwerkt Werner Larsson Fiskeeksport voornamelijk verse haring, makreel en sprots. Het bedrijf levert al jaren alle maatjesharing voor KVG. Daarnaast bevoorraadt Werner Larsson ook andere Europese klanten.

Werner Larsson's grootste uitdagingen op weg naar een duurzame bedrijfsvoering:

- Het aandeel gecertificeerde vis moet verder worden vergroot
- Het transport van producten naar leveranciers gebeurt nog veel over de weg. Alternatieven voor vervoer met minder uitstoot worden nauwlettend gevolgd
- Het verbeteren van de inzetbaarheid van onze medewerkers krijgt bijzondere aandacht

Mayonna BV

PREMIUM FISH CONCEPTS

Mayonna verwerkt en levert kwalitatieve en hoogwaardige vis en visproducten voor de retailmarkt en onlineplatforms in binnen- en buitenland. Het bedrijf uit Spakenburg werkt uitsluitend met duurzame vis. Dit geldt voor de wildgevangen vis met MSC-keurmerk en voor gekweekte vis met ASC-keurmerk.

Mayonna's grootste uitdagingen op weg naar een duurzame bedrijfsvoering:

- Nog niet alle verpakkingen zijn 100% recyclebaar
- Werkplekverbeteringen moeten repeterend en eentonig werk beter verdraagbaar maken en waar mogelijk terugbrengen
- De stijgende lijn in inzetbaarheid van medewerkers houden we vast

Onze partnerbedrijven

De Kennemervis Groep maakt onderdeel uit van de Bracamonte Holding; een familiebedrijf met een rijke geschiedenis. We werken nauw samen met de volgende bedrijven die ook in de food en foodservice actief zijn:

Bracamonte Convenient Kitchen

is ontstaan vanuit hun passie voor eten, drive voor innovatie en missie om dit voor zoveel mogelijk mensen bereikbaar te maken. Vooral op plekken waar dit niet vanzelfsprekend is, bijvoorbeeld onderweg in de trein of met de auto, op het werk of in het vliegtuig.

Sushi Ran

levert al twintig jaar lang Aziatische lekkernijen aan supermarkten en out-of-home retailers. Sushi Ran innoveert in sushi en convenienceproducten maar blijft hierbij trouw aan haar Japanse oorsprong.

StarCuisine

kookt op ambachtelijke wijze maaltijden en maaltijdcomponenten voor retail en foodservice. StarCuisine is trots op de vele eetculturen die onder haar dak bij elkaar komen.

HOOFDSTUK 2

Het jaar in 16 gebeurtenissen

Ons boekjaar 2021-2022 was er één met verschillende gezichten. We zien een tijdlijn met mijlpalen, die samen een beeld geven hoe maatschappelijk verantwoord ondernemen binnen ons bedrijf invulling heeft gekregen.

Duurzaamheidsbijeenkomst Kennemervis Groep

In Maarssen kwamen zo'n zestig medewerkers samen om in gesprek te gaan over het belang van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ook Anne-Corine Vlaardingerbroek (Jumbo), Bart van Olphen (Fish Tales) en Jeroen Willemsen (Food Valley NL) waren aanwezig, om samen met ons te kijken naar onze grootste uitdagingen. Centraal stonden de thema's klantrelatie, duurzame visserij, de eiwittransitie en leiderschap.

2021

OKTOBER

Bezoek Samen Duurzaam Team bij Verstegen Spices and Sauces

In Rotterdam was het Samen Duurzaam Team te gast bij Verstegen Spices and Sauces; voorloper op het gebied van duurzaam ondernemen. Met Duurzaamheidsmanager van het Jaar 2022 Marianne van Keep, zoomden we in op het belang van ketentransparantie.

NOVEMBER

FishPartners behaalt succesvol de FSSC 22000 audit

Met het FSSC 22000-certificaat maakten wij aantoonbaar te voldoen aan de eisen die binnen de FSSC 22000-norm worden gesteld, met name op het gebied van voedsel-veiligheid en de productie van voedingsmiddelen.

Aankoop Astrid

Met de overname van de verwerkings-en handelsactiviteiten van Astrid Fiskexport per 1 december 2021, heeft KVG met dochter Werner Larsson een groter platform in Skagen. Met dit duurzame partnerschap wordt het ontvangen, sorteren en invriezen van ronde haring en sprot aan haar activiteiten toegevoegd.

Warmetruiendag

Om onze mensen bewust te maken van energie en om verspilling tegen te gaan, organiseerden we een Warmetruiendag. Meedoen was simpel: de verwarming op onze locaties ging een tikkie lager en we trokken een lekkere dikke trui aan.

DECEMBER **2022** **FEBRUARI**

Publicatie 1ste MVO-verslag KVG

De Kennemervis Groep publiceert haar eerste MVO-verslag. In de kerstpakketten voor het personeel wordt een attentie over de publicatie meegegeven.

KVG helpt Oekraine

De actie ´KVG helps Ukraïne´ leverde mooie resultaten op. Er werd een totaalbedrag van €30.000 opgehaald en er werden zaken gedoneerd als voedsel, medicijnen en kleding. Onze contacten Yuliya en Rokas hielpen om de goederen naar Oekraïne te vervoeren.

KVG 90 jaar!

Na twee jaar wachten vanwege corona was het dan zover: met al onze medewerkers vierden we het 90-jarig bestaan van de KVG. Samen genoten we van heerlijk eten, van het visserskoor uit Spakenburg en van artiesten als Shirma Rouse en Xander de Buisonjé.

2022

MAART

Week zonder vlees

Ter gelegenheid van de Week Zonder Vlees deelden we een maaltijdpakket uit aan ons personeel. Iedere werknemer ontving een doos met ingrediënten voor een broodje 'hamburger' en friet voor vier personen. Voor velen was het een eerste kennismaking met vleesvervangers.

Fietstocht Cycling4Climate Elfstedentocht

Op 13 maart 2022 fietste een groep van negen medewerkers en partners mee met de Elfstedenfietstocht. Deze prachtige tocht door de Friese dorpen was tevens een actie van de organisatie Cycling4Climate om aandacht te vragen voor klimaatverandering.

IFS-certificaat Higher level voor Mayonna en Bobeldijk Food Group

Zowel Mayonna als Bobeldijk Food Group behalen het *IFS higher level*-certificaat. Hiermee bewijzen beide bedrijven dat ze op het gebied van HACCP, kwaliteitsmanagement en diverse inrichtingseisen op hoog niveau opereren.

Kennismaking met Plastic Soup Foundation

Een afvaardiging van het Samen Duurzaam Team ontving Maria Westerbos, oprichter van de Plastic Soup Foundation, voor een verkenning over de kansen en mogelijkheden van plasticvrije consumptie en de rol die KVG hierin zou kunnen spelen.

APRIL

MEI

Kennissessie Nutri-score

Steeds meer producten in de supermarkt hebben een Nutri-score. Ook de verse vis van Mayonna en de vleesvervangers van Bobeldijk zullen uiteindelijk een voedselkeuzelogo dragen. In dat kader nodigde de Kennemervis Groep Schuttelaar & Partners en de Visfederatie uit voor een kennissessie over het ontstaan en de totstandkoming van deze scores.

JUNI

KVG fietst Limburgs Mooiste!

Op de pedalen! Op 11 juni reden zes van onze helden 70 kilometer door het Limburgse heuvelland. Leuk detail: drie van hen hadden nog niet eerder op een racefiets gezeten.

"In sommige wateren waar onze MSC-vis gevangen wordt, dreigt overbevissing of is er sprake van politieke vraagstukken.

Dat vraagt veel van ons en onze klanten. Ondanks dat kiest Mayonna altijd voor verantwoorde vis."

Peter Koelewijn - Directeur Mayonna

MAYONNA BV

Aandacht voor de Bewuste Visweek

Tijdens de Bewuste Visweek, een initiatief van MSC en ASC, publiceerden we via LinkedIn en op onze website voor het eerst over onze aangescherpte strategie ten aanzien van duurzame vis.

2022

AUGUSTUS

SEPTEMBER

Samen Duurzaam Team bezoekt Floriade

Acht leden van ons Samen Duurzaam Team ontmoetten elkaar op de Floriade in Almere voor een overleg en een middag vol inspiratie. Een heerlijke lunch volgens het Eat Lancet-principe en een wandeling langs de verschillende landenpaviljoens gaven een mooi beeld van uiteenlopende duurzame ontwikkelingen en innovaties.

HOOFDSTUK 3

Hoe wij bijdragen aan de Sustainable Development Goals

De SDG's (Sustainable Development Goals of Duurzame Ontwikkelingsdoelen) zijn zeventien doelen om van de wereld een betere plek te maken in 2030. De SDG's zijn afgesproken door de landen die zijn aangesloten bij de Verenigde Naties (VN), waaronder Nederland. De doelen kwamen er op basis van wereldwijde inbreng van organisaties en individuen. Ze zijn een mondiaal kompas voor uitdagingen als armoede, onderwijs en de klimaatcrisis. Ook KVG gebruikt de SDG's om met haar bedrijfsvoering positieve impact te maken.

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

SDG 7.2: Tegen 2030 in aanzienlijke mate het aandeel hernieuwbare energie in de globale energiemix vergroten.

De Kennemervis Groep is in het bezit van 1.358 zonnepanelen, samen goed voor 7,9% van onze energievoorziening. Met de ambitie om op Scope 1 en 2 in 2030 50% minder uitstoot te genereren dan in 2018, zijn we aan de slag met besparen en kijken we naar uitbreiding van hernieuwbare energiebronnen.

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

SDG 9:4: Tegen 2030 de infrastructuur moderniseren en industrieën aanpassen om hen duurzaam te maken, waarbij de focus ligt op een grotere doeltreffendheid bij het gebruik van hulpbronnen en van schonere en milieuvriendelijke technologieën en industriële processen, waarbij alle landen de nodige actie ondernemen volgens hun eigen respectieve mogelijkheden.

Bij iedere nieuwe investering die we als KVG doen, ook ten aanzien van vastgoed en machinerie, nemen we duurzaamheid structureel mee in onze overwegingen. Zo heeft dat bij de bouw van onze nieuwe zalmfabriek geresulteerd in velerlei oplossingen die energie besparen en efficiënter met energie omgaan.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

SDG 12.5: Tegen 2030 de afvalproductie aanzienlijk beperken via preventie, vermindering, recyclage en hergebruik.

We krijgen steeds beter grip op onze reststromen en afvalstromen. Denk hierbij aan het verwerken van reststromen voor andere bestemmingen, maar ook het beter recyclebaar maken van onze rest- en afvalstromen. Onze inspanningen om ons verpakkings-portfolio te verbeteren is hier een voorbeeld van.

13 CLIMATE ACTION

SDG 13.3: De opvoeding, bewustwording en de menselijke en institutionele capaciteit verbeteren met betrekking tot mitigatie, adaptatie, impactvermindering en vroegtijdige waarschuwing inzake klimaatverandering.

Wij proberen onze medewerkers, klanten, partnerbedrijven en overige stakeholders te informeren en te inspireren om verantwoorder keuzes te maken. Bijvoorbeeld door het aanbieden van een gratis vega-maaltijdpakket aan ons personeel, informatievoorziening van onze medewerkers over duurzaamheid via de KVG-magazines, maar ook het bevragen van onze leveranciers en klanten over hoe zij duurzaam ondernemen.

14 LIFE BELOW WATER

SDG 14.2: Op een doeltreffende manier de visvangst reguleren en een einde maken aan overbevissing, aan illegale, niet-aangegeven en ongereguleerde visserij en aan destructieve visserij-praktijken, en op wetenschap gebaseerde beheerplannen implementeren, om de visvoorraden zo snel mogelijk te herstellen, op zijn minst op niveaus die een maximale duurzame opbrengst kunnen garanderen zoals bepaald door hun biologische kenmerken

Het afgelopen jaar hebben we met de presentatie van onze verantwoorde visie een belangrijke stap gezet om onze bijdrage te leveren aan verantwoorde visserij. De komende jaren zal dit verder intensiveren met de wens om in 2030 alleen nog maar verantwoorde vis te verkopen en zullen we stap voor stap stoppen met de verkoop van vis die volgens de Viswijzer als 'rood' wordt aangemerkt.

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

SDG 17.17: Doeltreffende openbare, publiek-private en maatschappelijke partnerschappen aanmoedigen en bevorderen, voortbouwend op de ervaring en het netwerk van partnerschappen.

Zonder samenwerkingen is het lastig om te versnellen. Door het binnenhalen van specialistische kennis van buiten, maar ook door samen te werken op grote duurzaamheidsdoelen, hebben we serieuze resultaten geboekt. Zo is KVG lid van de Green Proteïne Alliance, Smart Food Alliance, Food Valley NL en hebben we het afgelopen jaar toenadering gezocht tot partijen als Fieldlab Circular Packaging, Good Fish Foundation, MSC en ASC, Plastic Soup Foundation. Ook hebben we het afgelopen jaar een vruchtbare samenwerking met de Wageningen University & Research gerealiseerd.

HOOFDSTUK 4

Samen Duurzaam Team

Duurzame bedrijfsvoering wordt uiteindelijk gerealiseerd door onze mensen. Wie zijn zij, en wat is hun visie? We stellen je met trots voor ons aan ons Samen Duurzaam Team.

"Samen met onze klanten kijk ik hoever we bijvoorbeeld het zout in onze marinades kunnen reduceren zonder afbreuk te doen aan smaak. Ook gebruiken we geen suikers in onze marinades. Samen ontdekken we welke stapjes we kunnen maken in het gezonder maken van onze producten."

- Jelly Veltman

"De visbranche ligt onder een vergrootglas. Ik wil graag laten zien dat KVG er zoveel mogelijk aan doet om duurzaam te opereren en daarmee een gefundeerd tegengeluid te kunnen laten horen aan mogelijke criticasters."

- Patrick Velthof

"Door mens, dier en natuur te respecteren in alles wat je doet en met name wat je koopt, ben je al duurzamer bezig. Elke keer als je iets koopt, breng je als het ware een stem uit met je portemonnee. Elk stapje is er één."

- Linda Klock

"Voedselveiligheid is mijn eerste prioriteit. Hoe gek het misschien ook klinkt, duurzaamheid kan ook een motief voor fraude betekenen en zelfs leiden tot onveilige producten. Het is cruciaal dat we ons bewust zijn van risico's en die beheersen en vooral: dat we voedselveiligheid meer en meer in ons KVG-dna weten te verankeren."

- Johan van den Dikkenberg

"Hoe we er met elkaar voor zorgen dat al onze werknemers gezond, blij en productief blijven? Ik noem het werkgeluk. Laten we dat een blijvend onderdeel maken van onze missie."

- Sanne Agterberg

"Ik vind het belangrijk dat we leiderschap tonen en onze klanten ook op het gebied van MVO meenemen en inspireren. Ondanks alle dynamiek in de markt zetten we ook dit jaar een grote stap naar een verantwoord en duurzaam visassortiment."

- Eugène Scholten

"Binnen nieuwe productontwikkelingen heeft duurzaamheid alle aandacht. Welke grondstof gebruiken we? Welke verpakking geven we het product mee? Met welke machines produceren we? Iedere keuze is van invloed."

- Roland de Haan

"Transparantie in onze keten is voor mij erg belangrijk. Ik wil dan ook aan de slag om het aandeel lokaal ingekochte grondstoffen met korte ketens verder te vergroten."

- Sietze van der Meulen

"Bij de projecten waar ik aan werk is een duurzame oplossing voor de langere termijn ook steeds vaker economisch de beste keuze."

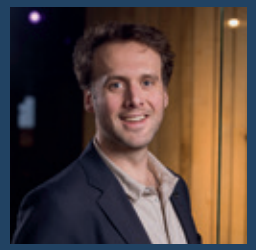
- Henk Korenberg

"Als inkoper is bewustzijn rondom duurzaamheid een vanzelfsprekendheid. Mijn invloed reikt tot in de keten. Die wil ik zo goed mogelijk gebruiken."

- Albert Zwaan

"In mijn rol als coördinator duurzaamheid en communicatie voor KVG heb ik de afgelopen anderhalf jaar iets zien ontstaan wat me trots maakt. Steeds meer mensen, met de ambassadeurs van het SDT voorop, zien het belang en de waarde van verantwoord ondernemen. Dat levert indrukwekkende resultaten op en daarmee de energie om steeds verder te verbeteren." —

- Jurre Zwinkels



ishPartners
Kennemervis Group
ishpartners.nl

HOOFDSTUK 5

Duurzame kwaliteit in de praktijk

De Kennemervis Groep verdeelt duurzaamheid onder in de volgende vier focusgebieden:

1. Operatie, verpakkingen en reststromen
2. Duurzame vis, duurzame grondstoffen en transparante ketens
3. Inzetbaarheid, vitale medewerkers en een veilige werkomgeving
4. Gezonde en veilige producten

Deze focusgebieden helpen ons om duurzaamheid concreet te maken: voor onze eigen mensen, voor klanten en voor onze stakeholders. In het volgende hoofdstuk vind je per focusgebied verhalen die onze inspanningen van het afgelopen jaar kunnen boekstaven. Zo krijgt duurzame kwaliteit een concreet gezicht.

FOCUSGEBIED 1

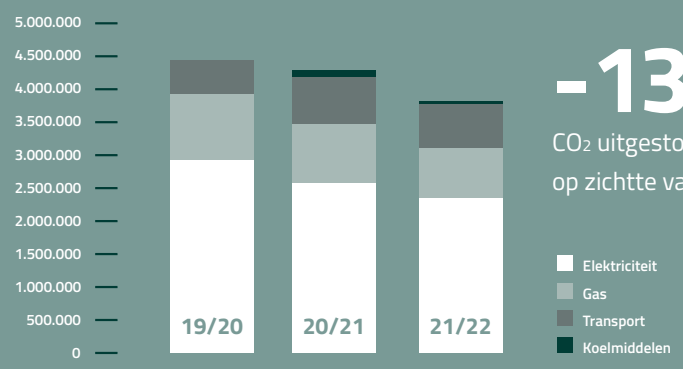
Operatie, verpakkingen en reststromen

Dit focusgebied raakt direct aan de kernactiviteit van de Kennemervis Groep; het verwerken van grondstoffen tot een waardevol product. Het slimmer omgaan met energie, met verpakkingsmaterialen en met reststromen is daarbij noodzakelijk. We introduceren de thema's binnen dit focusgebied kort en goed, gevolgd door drie praktijkvoorbeelden van onze inspanningen in het afgelopen boekjaar.

Operatie

Alle activiteiten door onze keten zijn van invloed op onze CO_2-footprint. Om te weten waar we staan en welke kant we op willen, hebben we over de jaren 2019 - 2021 berekend wat onze CO_2-footprint is op basis van Scope 1 en 2, en hoe die is verbeterd.

CO_2-uitstoot op Scope 1 en 2 per bedrijfsonderdeel



-13%

CO_2 uitgestoten ten op zichtte van vorig jaar

*Scope 1 en 2 in lijn met het GHG-protocol.
Alle locaties zijn in scope en zijn met de 'aandeel methode' geconsolideerd. We gebruiken de emissiedata van CO_2emissiefactoren.

Om onze uitstoot te verminderen en de footprint te verkleinen, stellen we ons voortdurend de volgende vragen:

1. Waar kunnen we energie besparen?
2. Kunnen we meer gebruikmaken van natuurlijke energiebronnen zoals zon of wind?
3. Wanneer er echt geen alternatief is voor fossiele brandstoffen, hoe gebruiken we deze dan zo efficiënt mogelijk?
4. Kunnen we de CO_2-uitstoot die overblijft compenseren?

Verpakkingen

Voedselverpakkingen zijn noodzakelijk: ze garanderen de veiligheid en houdbaarheid van onze producten. Maar verpakkingen hebben gezien hun eenmalige gebruik, ook een negatieve impact. Daarom willen we ervoor zorgen dat we zo min mogelijk materiaal gebruiken, en materiaal dat zo goed mogelijk recyclebaar is; zowel in het begin als aan het einde van onze keten.

Reststromen

Hoe minder afval, hoe meer waarde we toekennen aan onze waardevolle dierlijke en plantaardige grondstoffen. Denk bijvoorbeeld aan de verwerking van graten, schubben, vellen en koppen tot visolie voor menselijke consumptie. Maar ook tot vissenvoer, waardoor we ons product teruggeven aan de kringloop.

Onze doelstellingen:

- In 2030 heeft de Kennemervis Groep haar CO_2-voetafdruk gehalveerd ten op zichtte van 2018 t.a.v. Scope 1 en 2.
- We zorgen dat het primaire verpakkingsmateriaal per kilo afneemt en/of het percentage recyclebaar plastic per kilo toeneemt.

Hier gaat KVG het komende jaar mee aan de slag:

- Het analyseren van onze reststromen en een voorstel voor verbeteringen.
- We presenteren in ons boekjaar '22/'23 onze routekaart voor inzicht in onze Scope 3 footprint.
- We verkennen de compensatiemogelijkheden van onze CO_2-uitstoot.
- We verkennen de mogelijkheid om de CO_2-footprint op productniveau inzichtelijk te maken.
- We brengen onze verpakkingsmaterialen in de keten nog verder in kaart.
- We introduceren nieuwe *mono-PET tray seal* oplossingen die beter recyclebaar zijn.

INTERVIEW

Minder is meer: een duurzame samenwerking met 30% minder verpakkingsmateriaal

KVG-dochter Mayonna levert sinds 2015 verse gecertificeerde* vis voor de maaltijdboxen van HelloFresh. Samen verzorgen Mayonna en HelloFresh per jaar zo'n 3 miljoen maaltijden met vis- en zeevruchten aan consumenten in Nederland, België, Luxemburg, Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland en Frankrijk. Een samenwerking van indrukwekkende omvang waarbij duurzame ontwikkeling centraal staat. Amy Bredehoft werkt als Senior Procurement Manager van HelloFresh actief aan het verminderen en beter recyclebaar maken van verpakkingen. Daarbij werkt ze nauw samen met Roland de Haan, New Product Development Manager van de Kennemervis Groep. Bredehoft en De Haan vertellen over het belang van innovatie, en over hoe een goede samenwerking tussen beide bedrijven een rijke voedingsbodem voor duurzame ontwikkeling is gebleken.

*Gecertificeerd verwijst naar ASC, MSC en GlobalGAP-gecertificeerde producten.

Voor de hedendaagse consument spelen voedselverpakkingen een belangrijke rol in de perceptie van duurzaamheid en productkeuze. Hoe gaan HelloFresh en Mayonna hiermee om?
Amy: "Om ervoor te zorgen dat de maaltijden onze klanten vers en in goede kwaliteit bereiken, is efficiëntie in onze interne en externe logistieke systemen en verpakkingen essentieel. Ons verpakkingslaboratorium test en onderzoekt hoe we onze maaltijdboxen zo slim en duurzaam mogelijk kunnen samenstellen. We gebruiken hiervoor onze Packaging Management Hierarchy, waarin we vier stappen onderscheiden. Allereerst proberen we het gebruik van verpakkingsmaterialen te vermijden, of te kiezen voor papier in plaats van plastic; zo leveren we rijst tegenwoordig in een papieren verpakking. Ten tweede streven we ernaar om het percentage verpakkingsmateriaal per maaltijd ieder jaar te verlagen door netto minder plastics en papier te gebruiken. De derde stap is het stimuleren van de recycleerbaarheid van verpakkingen, bijvoorbeeld door te kiezen voor meer mono-materialen. Dat zijn plasticverpakkingen van een en dezelfde grondstof. De vierde en laatste stap is het verminderen van voedselverspilling in het algemeen.

Verpakkingen zijn nodig om te zorgen dat een product lang genoeg vers blijft, wat zorgt voor minder verspilling van voedsel op onze eigen productielocaties, maar ook voor minder verspilling bij de klant thuis. Met Mayonna hebben we een samenwerkingspartner gevonden, die goed begrijpt wat voor ons op het gebied van duurzame innovaties belangrijk is."

Roland: "HelloFresh en Mayonna hebben een goede verstandhouding en vergelijkbare ambities als het gaat om maatschappelijk verantwoord ondernemen. Zo kiezen we bewust voor MSC, ASC of Global Gap-gecertificeerde vis, proberen we voortdurend onze derving te minimaliseren en innoveren

› Amy Bredehoft, Senior Procurement Manager Hello Fresh

› Roland de Haan, New Product Manager Kennemervis Groep

we op het gebied van verpakkingen. Hierbij willen we onze klanten bij de hand te nemen, en proberen we een kritische partner te zijn. De aanpak en verwachtingen van HelloFresh, zoals Amy uitlegt, hebben zo direct invloed op onze manier van werken. Toen we vorig jaar merkten dat HelloFresh bezig was met het in kaart brengen van de mening van haar klanten ten aanzien van verpakkingen, was dat voor ons het signaal om onze oplossingen verder te optimaliseren en te proberen de hoeveelheid plastic te verminderen."

Welke innovaties hebben jullie doorgevoerd en wat heeft dat opgeleverd?
Amy: "Mayonna leverde in eerste instantie vis voor onze maaltijdboxen in de Benelux. Toen wij hen vroegen om ook de Duitse, Oostenrijkse en Zwitserse markt te beleveren, was voor deze markt onze behoefte verschillend: de logistiek naar klanten thuis, de zogenaamde *last mile*, wordt door een derde partij gerealiseerd. Dit zorgt voor extra sortering en handelingen van maaltijdboxen. Hierdoor is een robuustere verpakking nodig, want het laatste wat wij willen is dat een product niet intact bij de klant terecht komt. Om te bepalen welk optimaal verpakkingsformaat past bij de specifieke ordervereisten van onze klanten, gebruiken we de Dynamic Packaging Configurator. Door dit innovatieve hulpmiddel passen er uiteindelijk meer maaltijdboxen op een pallet, waardoor er minder pallets nodig zijn en we uiteindelijk ook minder vrachtwagens nodig hebben voor onze leveringen. Hierdoor besparen we brandstof, maar ook plastic verpakkingsmateriaal. In lijn met deze aanpak vroegen we Mayonna om met een alternatief te komen voor de *trayseal*-oplossing."

Roland: "Deze *trayseal*-verpakking voor verse vis bestaat uit een voorgefabriceerde plastic tray die gevuld wordt met gas. De tray wordt vervolgens verzegeld met een dunne folie. Deze techniek wordt veel

gebruikt door retailers, omdat visproducten aantrekkelijk in het schap gepresenteerd kunnen worden; een functionaliteit die minder van belang is voor in een maaltijdbox. Toen HelloFresh ons vroeg naar verbeterde verpakkingen, was een thermoform-techniek de meest logische oplossing. Hierbij wordt het visproduct tussen twee lagen plastic geplaatst; de onderfolie wordt diepgetrokken en de bovenfolie wordt, nadat het product ertussen is geplaatst, aan de bovenkant verzegeld. Vervolgens wordt het geheel vacuümgetrokken tot een mooie, compacte verpakking.

Ondanks dat thermoforming voor het oog minder aantrekkelijk is, en de verpakking lastiger opengaat, heeft deze manier van verpakkingen veel voordelen. Het bespaart ongeveer 30% verpakkingsmateriaal in gewicht, en vereist minder ruimte in de doos, waardoor deze efficiënter te vervoeren is. Bovendien is het verpakte product ook minder kwetsbaar voor mogelijke schade tijdens transport. Na verschillende tests en een akkoord van HelloFresh is er een nieuwe verpakkingsmachine aangeschaft en zijn we op deze manier gaan produceren. Dat gebeurt nu zozeer naar tevredenheid, dat we deze oplossing inmiddels ook gebruiken voor de maaltijddozen in de Benelux."

Dat is inderdaad een hele verbetering. Wat hebben jullie geleerd van deze samenwerking en wat betekent dat voor de toekomst?
Roland: "Het is voor ons belangrijk dat we werken met stabiele en betrouwbare verpakkingsmaterialen en dat ze voldoen aan de eisen die wij en onze klanten hieraan stellen. Zo kwamen we er in de testfase van ons thermoforming-traject achter, dat verpakkingsmaterialen van mindere kwaliteit bij vriestemperaturen poreus werden. Hierdoor hebben we gekozen voor hoogwaardigere basismaterialen. Het testen van verpakkingsoplossingen door de hele keten sorteert dus echt effect. We houden daarbij rekening met meer dan de gevraagde kwaliteitseisen; denk aan de helft van het door HelloFresh vastgestelde maximale fouten-percentage. Als we daarin slagen, kunnen we stap voor stap testen op andere gewenste innovaties, zoals een lager verpakkingsgewicht en een hogere recycleerbaarheid zonder afbreuk te doen aan de verpakkings-prestaties. Bij Mayonna willen we onze partner zoveel mogelijk ontzorgen. Dit betekent dat we in principe alleen *proven concepts* presenteren. Dat vraagt veel, maar levert het meeste op voor onze partners."

"Bij Mayonna willen we onze partner zoveel mogelijk ontzorgen."

Amy: "Het koord waar HelloFresh over balanceert is aan de ene kant dat de producten veilig en intact bij onze klanten aankomen, terwijl we aan de andere kant steeds duurzamer willen. De aanpak die Mayonna hanteert, is daarom voor ons van grote waarde. We kijken verder dan de primaire verpakking alleen. We hebben ook oog voor verbeteringen door de keten, zoals circulaire verpakkingsoplossingen of de overstap naar mono-materialen. Samen met Mayonna en al onze leveranciers blijven we werken aan duurzame innovaties en verbeteringen."

PRAKTIJKVOORBEELD 1:

Aan de slag met het sluiten van de verpakkingencirkel

"Ieder jaar verpakken we veel vis en plantaardige producten voor in de supermarkt en in maaltijdboxen. Om deze producten veilig en intact bij de consument te krijgen, vervullen verpakkingen een belangrijke rol. Toch hebben deze grote hoeveelheden verpakkings-materiaal ook een aanzienlijke impact op mens, dier en klimaat. Gemiddeld neemt een verpakking zo'n 10% van de totale impact van het product voor zijn rekening*. Over de duurzaamheid en recyclebaarheid van verpakkingsmaterialen bestaan nog best wat onduidelijkheden. Daarom zijn we het afgelopen jaar een samenwerking gestart met het Field Lab Circular Packaging; een stichting die ons helpt bij het verder circulair maken van ons verpakkingsportfolio, door het bieden van inzicht en kennis over de beschikbare recyclebare verpakkingsmaterialen in de markt. Met behulp van verschillende *use cases*, waarbij verschillende ketenpartijen zoals afvalverwerkende bedrijven betrokken worden, zijn we de afgelopen maanden aan de slag gegaan met onze tray-seal en dieptrekverpakkingen. Uit de eerste resultaten komt naar voren dat we al behoorlijk vooroplopen als het gaat om recyclebaarheid, maar het kan altijd beter. Volgend jaar meer. "

Roland de Haan, New Product Manager KVG

PRAKTIJKVOORBEELD 2:

Inzicht van upstream naar downstream

"Over het boekjaar '21/'22 rapporteren we voor het eerst volledig in lijn met de standaarden van het *Green House Gas Protocol*. Deze veelgebruikte aanpak om de CO_2 footprint van een onderneming in kaart te brengen, gaat uit van 3 zogenoemde Scopes, waarvan we Scope 1 en 2 over de afgelopen drie jaar volledig in beeld hebben. Deze mooie stap biedt ons het handelingsperspectief om nog meer grip te krijgen op de grootste energieverbruikers en uitstootfactoren. Maar dan zijn we er nog niet. Vanaf volgend jaar willen aan de slag met het stap voor stap in kaart brengen van de impact van onze keten op de footprint op Scope 3. Dan moet je denken aan de CO_2-uitstoot van bijvoorbeeld onze leveranciers. Belangrijkste doel van deze routemap is het in kaart brengen van de uitstoot op Scope 3. Daarom is het van belang om de partijen met wie wij in de keten samenwerken, uit te nodigen om aan de slag te gaan met het inzichtelijk maken en verkleinen van hun footprint. Daarmee hebben we ook invloed op onze ketenpartners in de rest van de wereld. Zo gaan we met elkaar aan het werk om de uitstoot in z'n geheel naar beneden te brengen. Niet eenvoudig, wel noodzakelijk."

Henk Korenberg, Manager Maintenance & Engineering KVG

*Bron: Milieu Centraal

FOCUSGEBIED 2

Duurzame vis, duurzame grondstoffen en transparante ketens

Duurzaam ondernemen begint bij het kiezen voor vis en grondstoffen die op een verantwoorde manier zijn gevangen, geteeld of geproduceerd. Dat kan alleen als we onze keten tot in detail kennen en weten waar de risico's zitten. Kort introduceren we de thema's binnen dit focusgebied, gevolgd door drie praktijkvoorbeelden van onze inspanningen in het afgelopen boekjaar.

Duurzame grondstoffen

Kennis van onze grondstoffen is een vereiste om beter |te kunnen doen: van de teeltmethode van de tarwe, soja, uien en kikkererwten die we verwerken in onze plantaardige producten, tot de verschillende handelswaren die we inkopen.

Duurzame vis

Het leven op het land wordt voor een heel groot deel bepaald door de gezondheid van onze wateren en alles wat daarin leeft – zowel in het wild als gekweekt. De keuzes die wij maken hebben daar impact op. Het is dan ook geen kwestie óf we hier zorg voor dragen, maar hoé. Gezonde zeeën met een gezond visbestand geven ons bestaansrecht.

Transparante ketens

Onze grondstoffen komen van over de hele wereld. Omdat we niet goed kunnen bepalen wat er in de oorsprong van onze grondstofketens gebeurt is het belangrijk dat we hier inzicht in krijgen. Dat is geen gemakkelijke taak, maar noodzakelijk om echt te verbeteren.

Onze doelstellingen:

- In 2030 is van de ingekochte vis van de Kennemervis Groep 100% MSC/ASC gecertificeerd of aanwijsbaar duurzaam.
- In 2027 verkopen we geen 'rode vis' meer volgens de Viswijzer.

Hier gaat KVG het komende jaar mee aan de slag:

- We brengen in kaart waar de grootste risico's ten aanzien van mens, dier en milieu in onze productieketen zitten.
- We werken actief aan het verder verlagen van *food miles* door waar mogelijk dichter bij huis in te kopen.
- FishPartners stimuleert haar klanten te kiezen voor duurzame vis en ondersteunt ze om het verhaal achter de verantwoorde vis te vertellen.
- FishPartners maakt verder werk van het uitfaseren van 'rode vis' volgens de Viswijzer.

INTERVIEW

Alleen gezonde zeeën met duurzame visbestanden geven ons bestaansrecht

De Kennemervis Groep wil in 2030 alleen nog maar gecertificeerde of anders aanwijsbaar duurzame vis verkopen. Waar KVG-dochter Mayonna al nagenoeg 100% MSC of ASC gecertificeerde vis levert aan Jumbo en HelloFresh, lijkt de uitdaging voor FishPartners en haar klanten groter. Als leverancier van dagverse vis aan een groot deel van de Nederlandse visdetaillisten (viskramen en visspeciaalzaken), zijn er in die sector op het gebied van duurzame vis nog veel uitdagingen. Margreet van Vilsteren is oprichter van de Good Fish Foundation. Peter Frans Koelewijn is directeur van FishPartners. Deze twee sleutelspelers gaan met elkaar in gesprek over hoe je duurzaam de standaard maakt in een traditionele markt van visspecialisten en tegen welke uitdagingen ze oplopen.

Welke ontwikkeling heeft de visdetaillist ten aanzien van verantwoorde visserij doorgemaakt en hoe staan ze er op dit moment voor?
Peter Frans: "Toen ik zo'n 35 jaar geleden in de vis begon, was er van verantwoord of duurzaam alleen sprake in de vorm van visquota. Dat was voor de visserman de leidraad. Daar is later het MSC-certificaat voor wildgevangen vis bijgekomen, en vervolgens ook het ASC-certificaat voor gekweekte vis. Deze keurmerken hebben snel terreinwinst geboekt in retail; daar kun je inmiddels alleen nog maar ASC- of MSC-gecertificeerde vis verkrijgen. Maar het assortiment vis in de supermarkt is beperkt, en wordt ook nog eens voorverpakt aangeleverd. De stap naar 100% verantwoorde vis voor de visspecialist is vele malen complexer."

Margreet: "Vanuit Stichting de Noordzee zijn we zestien jaar geleden met de Viswijzer begonnen. Daar is uiteindelijk de Good Fish Foundation uit ontstaan. Ons doel was om een markt te creëren voor wat goed is; eerlijke concurrentie voor duurzame ondernemers. Zoals Peter Frans noemt, hebben destijds veel van onze inspanningen zich op de retail gericht; die koos er uiteindelijk zelf voor om alleen nog maar gecertificeerde vis te verkopen.

Ook met visdetaillisten zijn we al zo'n twaalf jaar in gesprek om hen in beweging te krijgen, maar dat is lastig - ook omdat het gedrag van de consument moeilijk te veranderen is. Daarom is de stap die FishPartners nu zet zo hoopvol. Zij hebben zelf goed contact met die individuele ondernemer, en kunnen hen echt ondersteunen bij het maken van de juiste, verantwoorde keuzes."

Waarom is die uitdaging juist voor visdetaillisten zo groot?
Margreet: "Visspeciaalzaken en viskramen zijn vaak eenmanszaken. Ondernemers werken vaak zo'n zestig tot tachtig uur per week en hebben

› Margreet van Vilsteren, Oprichter Good Fish Foundation

› Peter Frans Koelewijn, Directeur FishPartners

hierdoor minder aandacht voor verantwoorde visserij. En als je kijkt naar wildgevangen vis, staan er zo'n 2500 beoordelingen in onze database. Dat is een bak aan complexe informatie, waardoor je als visspecialist niet zomaar zegt of het visje dat je verkoopt ook echt duurzaam is. Ik vind dat al heel lastig. Dan is het voor een hardwerkende marktkoopman haast ondoenlijk om de juiste keuzes maken en aan zijn klant het goede verhaal te vertellen. FishPartners is de eerste in de sector die als leverancier haar klanten actief helpt om bijvoorbeeld het schapkaartje netjes op orde te krijgen met de correcte omschrijving van herkomst, vangstmethode en eventuele certificeringen. Daarnaast verduurzaamt FishPartners ook actief haar eigen assortiment. Dat hebben we nog niet eerder bij andere visleveranciers voor visdetaillisten gezien en daarmee zijn ze een echte koploper."

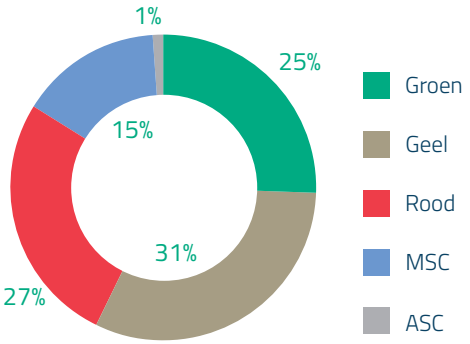
Peter Frans: "Dat is mooi om te horen, maar voor hosanna is het nog te vroeg. Vooral in het informeren en faciliteren van onze klanten over verantwoorde vis, hebben we nog een weg te gaan. In vergelijking met bijvoorbeeld gecertificeerd vlees, is de complexiteit van duurzame vis, zowel wild gevangen als gekweekt, veel groter. Daarom begrijp ik goed dat veel visspecialisten door de bomen het bos niet zien. We willen ze helpen waar we kunnen. Dat doen we door het leveren van schapkaartjes, maar ook door visspecialisten te ondersteunen bij het geven van de juiste informatie aan hun klanten, de consument. Dat begint met het erkennen dat ze niet alles kunnen weten, maar het wél kunnen opzoeken. De Viswijzer-app van Good Fish is daar als onafhankelijke bron uitermate geschikt voor."

"FishPartners is de eerste in de sector die als leverancier haar klanten actief helpt om het schapkaartje netjes op orde te krijgen."

Welke kansen zien jullie om het aandeel verantwoorde vis in viswinkels en marktkramen te vergroten?
Margreet: "Good Fish wil FishPartners graag helpen bij de belangrijke stappen die ze zetten. De realisatie van schapkaarten voor alle vis-specialisten is een eerste. Er zijn subsidies die kunnen ondersteunen om dat samen breder uit te zetten.
Daarnaast is er nog wel een ander punt van zorg. Het aanbod vis voor Europa wordt beperkter en gaat verschralen. Wij moeten deze beweging tegengaan door rode vis te laten staan en gezamenlijk een markt creëren voor goede vis én goede vissers. Vis is namelijk een mooi onderdeel van een duurzaam dieet, mits verantwoord gevangen en geproduceerd. De footprint van een stukje vis is in veel gevallen kleiner dan van alternatieven. Zo staat een portie mosselen qua CO_2-uitstoot gelijk aan een vegaburger. Verantwoorde vis moet dus wel gegeten blijven worden. Alleen zo kan FishPartners ervoor zorgen dat in 2030 zonder extreme kostenstijging, iedereen van vis kan blijven genieten."

Peter Frans: "Helemaal mee eens. Vis kan zo'n mooie en gezonde aanvulling zijn op een duurzaam dieet. En in mijn ogen eten we te weinig vis uit de Noordzee. Denk aan makreel, haring en schol. Misschien zijn we het wel een beetje verleerd om die soorten te waarderen. Dat het aanbod naar verwachting beperkter wordt, dat is schrikken. We moeten onze klanten en de consument de tijd geven om hieraan te wennen, en mee te bewegen. FishPartners zal stap voor stap met de verkoop van 'rode vis' stoppen. In september 2022 hebben we de eerste vijf soorten gesaneerd van een lijst van totaal eenentwintig soorten. Dan moet je denken aan soorten als haai, snapper en langoest. Begin volgend jaar volgen er opnieuw vijf en zo blijven we ons verantwoord ontwikkelen. Want alleen gezonde zeeën met duurzame visbestanden geven ons bestaansrecht."

Over de Good Fish Foundation
Good Fish zet zich al sinds 2014 in voor Sustainable Development Goal 14: life below water. Ze ontwikkelde de VISwijzer; een tool waarmee je kunt checken hoe duurzaam de vis is die je wilt kopen in de winkel of wilt bestellen in het restaurant. Missie van de Good Fish Foundation is dat er in 2030 uitsluitend Goede Vis in Nederland wordt verkocht.



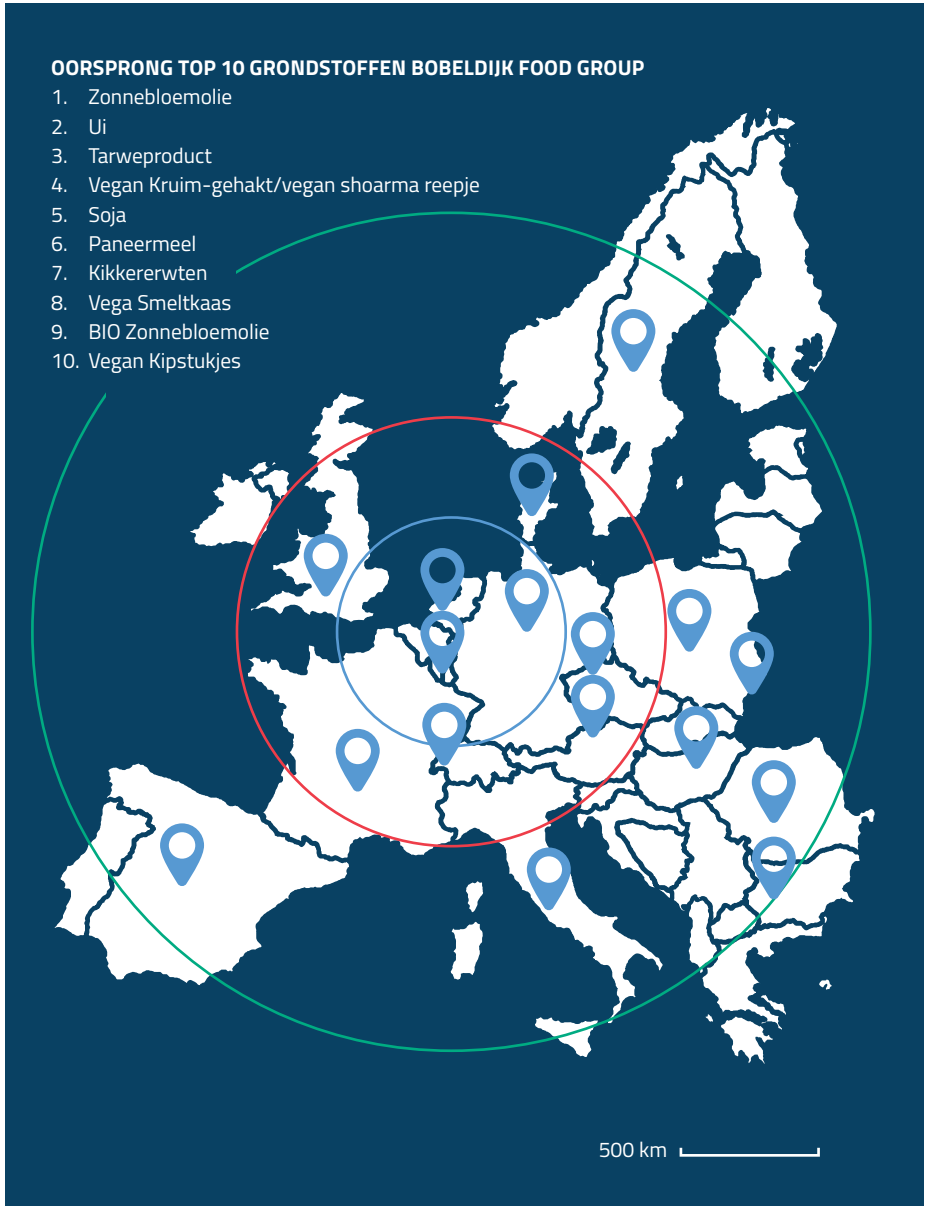
Overzicht visassortiment FishPartners

PRAKTIJKVOORBEELD 1:

Verantwoord vega(n)

"Alleen de beste grondstoffen zorgen voor de beste producten. Daarom kiest Bobeldijk Food Group voor betrouwbare ingrediënten die zoveel mogelijk van dichtbij komen. Op de kaart hiernaast zie je waar wij de vijftien belangrijkste grondstoffen inkopen. Alle genoemde grondstoffen komen uit Europa, en dat heeft verschillende pluspunten. Naast dat de grondstoffen relatief weinig food miles hebben afgelegd, is een ander belangrijk voordeel dat de ingrediënten onder de Europese wetgeving zijn geproduceerd. Risicogrondstoffen proberen we zoveel mogelijk uit te bannen. Wij gebruiken geen palmolie in onze producten en accepteren ook geen grondstoffen die palmolie bevatten. Onze soja komt uit Europa en daarmee niet uit gebieden waar regenwoud voor de teelt wordt gekapt. De belangrijkste uitdaging voor ons voor het komende jaar, is om nog meer inzicht te krijgen in de ketens van onze leveranciers. Dat helpt om betere en daarmee ook duurzame keuzes te maken met een minimale impact op mens, dier en milieu."

Linda Klock, product manager Bobeldijk Food Group



PRAKTIJKVOORBEELD 2:

De uitdagingen van gecertificeerde wildgevangen vis

"Bij de inkoop van MSC-gecertificeerde vis, zowel voor Mayonna als voor FishPartners, zijn er verschillende uitdagingen waar we continu op moeten blijven anticiperen. Zo'n twee keer per jaar wordt deze certificering door het keurmerk zelf aan een analyse onderworpen. Ook de wetenschappelijke beoordeling van ICES bepaalt of een vissoort met een specifieke herkomst wel of niet verantwoord of duurzaam is. Wanneer een soort wordt overbevist, kan dit betekenen dat een visserij zijn keurmerk verliest. Ook het quotum, gesteld door het Europees parlement, bepaalt of een visserij een MSC-keurmerk ontvangt. Wanneer landen dit quotum negeren of er wordt overbevist, wordt het certificaat geschorst. Dit is de afgelopen jaren bijvoorbeeld gebeurd bij makreel. Dit soort ontwikkelingen kunnen snel veranderen en dat heeft ook gevolgen voor vraag en aanbod - en dus voor onze inkoop.

Voor Mayonna, die alle verse vis levert aan Jumbo, is een MSC- of ASC-certificaat een randvoorwaarde. Op dit moment is 100% van de vis die we aan hen leveren gecertificeerd. FishPartners, die verse vis levert aan visspeciaalzaken en ambulante handel, loopt tegen andere uitdagingen op. Visspecialisten verkopen met de Alaska pollack voor kibbeling, de heek uit Namibië voor lekkerbek en haring voor het merendeel van de MSC-gecertificeerde vis. Toch communiceren zij hier niet over naar de consument - ook omdat de individuele verkoper moet betalen om een keurmerk te mogen dragen, terwijl vis op dit moment al duur is. Willen we op dit vlak een volgende stap zetten, moeten we zorgen dat het voor ondernemers die aan de slag willen met verantwoorde vis gaat lonen om dat te doen. Bijvoorbeeld door de aandacht voor verantwoorde vis te vergroten."

Dirk Peter Koelewijn, manager inkoop FishPartners

FOCUSGEBIED 3

Inzetbaarheid, vitale medewerkers, veilige werkomgeving

Zonder onze mensen, geen KVG. Daar zijn we ons ten zeerste van bewust. Dat betekent dat we investeren in steeds betere werkomstandigheden, een veilige werkomgeving en alle gelegenheid om onze mensen binnen hun werk, maar ook daarbuiten, vitaal te houden. Kort en goed introduceren we de thema's binnen dit focusgebied, gevolgd door drie praktijkvoorbeelden van onze inspanningen in het afgelopen boekjaar.

Veilige werkomgeving

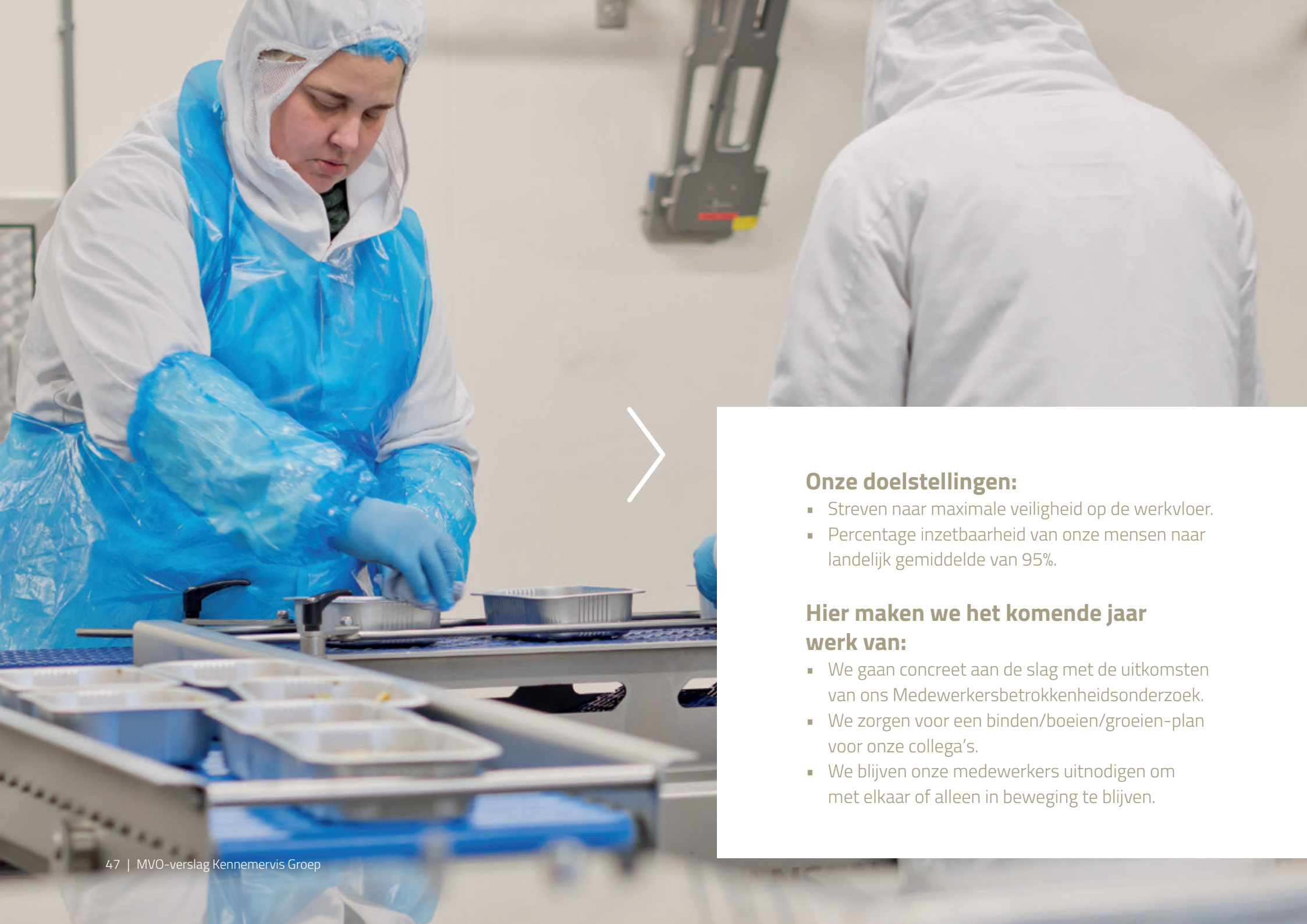
Als productiebedrijf zijn we hebben we onze medewerkers keihard nodig, zowel onze vaste collega's als onze flexkrachten. We zien het als absolute randvoorwaarde dat zij hun werk elke dag veilig kunnen uitvoeren.

Duurzame inzetbaarheid

Veel werk op onze productielocaties is handmatig en repetitief en wordt vaak in koude omstandigheden verricht. Dat zorgt voor intensieve fysieke belasting. Ook werkdruk en stress zijn factoren die de inzetbaarheid van onze mensen kan beïnvloeden. We kijken actief hoe we de fysieke en mentale belasting van medewerkers zoveel mogelijk kunnen beperken. Daar is inzicht voor nodig in de precieze factoren die dergelijke belasting veroorzaken.

Vitale werknemers

Uit onderzoek blijkt dat een vitale medewerker minder vaak ziek is, zich meer betrokken voelt bij het werk en een betere werk-privé-balans ervaart. Daarom is het voor ons cruciaal dat onze mensen de mogelijkheid krijgen hun vitaliteit te vergroten; zowel mentaal als fysiek. Dat is in de eerste plaats fijn voor onze medewerkers zelf. Maar in de tweede plaats goed voor ons.



Onze doelstellingen:

- Streven naar maximale veiligheid op de werkvloer.
- Percentage inzetbaarheid van onze mensen naar landelijk gemiddelde van 95%.

Hier maken we het komende jaar werk van:

- We gaan concreet aan de slag met de uitkomsten van ons Medewerkersbetrokkenheidsonderzoek.
- We zorgen voor een binden/boeien/groeien-plan voor onze collega's.
- We blijven onze medewerkers uitnodigen om met elkaar of alleen in beweging te blijven.

INTERVIEW

Duurzame inzetbaarheid: kleine stappen, grote doelen

Heftruckchaffeur Ahmed, artikeldatamedewerker Sjoukje, fileerder Cees en machine operator Damian; onze mensen zijn ons grootste goed. Maar of zij ook tevreden zijn met ons als werkgever, daar hebben we onvoldoende zicht op. Door 2022 het Jaar van de Vitaliteit te dopen, was ons doel duidelijk: er moet een tandje bij. We willen meer inzicht in de tevredenheid van onze mensen en ook aan de slag om ze zo lang mogelijk en in goede gezondheid aan ons te binden. Samen met arbodienst Brinqer heeft de Kennemervis Groep in juni en juli van dit jaar een medewerkersbetrokkenheidsonderzoek én een periodiek medisch onderzoek aangeboden. In een tweegesprek met HR-manager van KVG Sanne Agterberg en Wilma Wouters, adviseur duurzame inzetbaarheid van arbodienst Brinqer, schijnen we een licht op het belang van goed werkgeverschap.

De term duurzame inzetbaarheid is relatief nieuw. Wat betekent het voor werknemer en werkgever?
Wilma: "Met de aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen zie je ook dat werkgevers en werknemers hun verhouding anders benaderen. Bedrijven hebben meer aandacht voor hun personeel en een goede werkrelatie. Dat gaat verder dan verloning en secundaire arbeidsvoorwaarden. Ook werkomstandigheden en gezondheid zijn veel belangrijker dan vroeger. "

Sanne: "Ik merk dat werkgevers zich de afgelopen jaren steeds bewuster zijn geworden van wat goed personeel voor een organisatie betekent. Je mag als bedrijf echt blij zijn wanneer je gekwalificeerde en gelukkige mensen voor je hebt werken. Dit bewustzijn is er natuurlijk niet van de ene op de andere dag. De Kennemervis Groep kan soms behoorlijk traditioneel zijn; hard werken en niet te veel zeuren. Terwijl juist het gesprek tussen werknemer en werkgever zo belangrijk is om verandering te realiseren. Met een medewerkertevredenheidsonderzoek en het periodiek medisch onderzoek was 2022 voor ons het Jaar van de Vitaliteit. Voor de KVG een nieuw vertrekpunt voor verbetering. "

Hoe is de Kennemervis Groep bezig met verantwoord werkgeverschap?
Sanne: "Vanuit ons HR-beleid heeft de KVG de afgelopen jaren al stappen gezet. Zo laten we met ons fietsenplan en het fitnessplan zien dat we het belangrijk vinden dat onze mensen voldoende bewegen. Ook de komst van een onafhankelijk vertrouwenspersoon is een geslaagd initiatief. Maar toen we in 2021 startten met het Samen Duurzaam Team en ons eerste MVO-verslag publiceerden, werden Inzetbaarheid, vitale medewerkers en een veilige werkomgeving een eigen focusgebied binnen ons MVO-beleid. Dat heeft zaken verder versneld. Het is als het ware een paraplu waaronder we de komende jaren nieuwe initiatieven in gang zullen zetten."

› Sanne Agterberg, HR-Manager Kennemervis Groep

› Wilma Wouters, Adviseur duurzame inzetbaarheid Bringer

Wilma: "Zo'n paraplu is al een hele stap, daar mogen jullie trots op zijn. Het vertelt duidelijk waarom en met welk doel de KVG hier werk van wil maken. En vergeet niet, het is niet vanzelfsprekend om met dit focusgebied aan de slag te gaan. Het is een kwetsbare keuze. Het is ook de enige manier om langzaam een verandering teweeg te brengen. Helemaal bij een traditioneel productiebedrijf als de KVG. Ik zeg altijd: met kleine stappen naar grote doelen."

En hoe helpen deze onderzoeken bij het behalen van deze grote doelen?
Wilma: "Het gesprek tussen werkgever en werknemer, waar Sanne eerder aan refereerde, is essentieel. Het draait om gelijkwaardigheid en veiligheid. Daarbij is een vitale organisatie meer dan haar vitale medewerkers. Het gaat ook over de manier van leidinggeven, over de bedrijfscultuur, goede arbeidsregelingen en arbeidsvoorwaarden en het stimuleren van ontwikkeling. Deze verschillende facetten zijn moeilijk in kaart te brengen. Een anoniem medewerkerbetrokkenheidsonderzoek onder alle medewerkers geeft een representatief beeld van wat goed gaat, en hoe het beter kan. Hier kan het bedrijf vervolgens mee aan de slag."

Het eerste wat opvalt is dat het aantal deelnemers aan het onderzoek wat tegenvalt. Hebben jullie hier een verklaring voor?
Wilma: "Bij ieder medewerkertevredenheidsonderzoek dat ik uitvoer, zijn er punten die goed gaan en dingen die beter kunnen. Het was de eerste keer dat KVG een soortgelijk onderzoek uitvoerde, en dat was ook aan het aantal deelnemers te merken. Want ondanks dat Sanne en haar team het breed onder de aandacht hebben gebracht, viel de belangstelling met zo'n 30% best tegen. Dit soort onderzoeken zijn in onze ogen representatief bij een deelnemersaantal van tenminste 60%. We kunnen de uitkomsten dus niet vaststellen als feit, maar ze bieden desondanks een goede indicatie.

Het levert genoeg resultaat op om met elkaar verder te bestuderen welke behoeften er zijn onder het personeel."

Sanne: "Ik ben trots op de mensen die hebben deelgenomen en die zich hebben opgesteld. Natuurlijk had ik gehoopt op een hogere opkomst, maar de uitdaging voor nu is om het vertrouwen verder te verhogen, zodat we het aantal deelnemers bij een volgend medewerkerbetrokkenheidsonderzoek kunnen verdubbelen. Dat betekent ook dat we de huidige uitkomsten juist serieus moeten nemen, maar ook kritisch naar onszelf moeten durven zijn. Achteraf denk ik ook dat de omvang van beide vragenlijsten misschien te groot was. Misschien moet een volgend onderzoek wat kleiner zijn."

En hoe nu verder?

Sanne: "Het is nu heel belangrijk dat we zorgvuldig en transparant zijn over de uitkomsten – naar onze mensen én naar het MT. Om er vervolgens positief mee aan de slag te gaan. Dat kan door met concrete oplossingen te komen, maar ook door meer mensen te betrekken bij de stappen die we zetten. Door met elkaar werkgroepjes te maken rondom de thema's die uit het onderzoek naar voren kwamen bijvoorbeeld, en met elkaar te werken aan kleine, maar impactvolle acties.
Het vitaliteitscongres in 2023 zal ook een belangrijke rol vervullen in het presenteren van de resultaten en het uitrollen van nieuwe initiatieven. Het is mijn missie dat iedereen binnen KVG met plezier naar zijn werk gaat, en gezond en zo lang mogelijk zijn werk met zoveel mogelijk passie kan doen. Bij Bobeldijk werken mensen met een passie voor vega en vegan, bij Mayonna, FishPartners en Werner Larsson werken mensen die gek zijn van vis. Juist die energie geeft ons bedrijf veel positieve dynamiek. Een passie die we moeten we koesteren en uitbreiden."

De onderzoeken uitgevoerd door Brinqer

1. Duurzame inzetbaarheidscan (DIX)
Duurzame inzetbaarheid is een breed begrip. Met de DIX krijgt een deelnemer zicht op de verschillende onderwerpen die van belang zijn om inzetbaar te blijven en om te weten hoe ze er zelf voor staan. De basis voor de DIX is gelegen in jarenlang TNO-onderzoek naar diverse aspecten van duurzame inzetbaarheid. De uitkomsten geven ook voor een werkgever anonieme, maar heldere stuurinformatie.

Onderzochte thema's: gezondheid, werkdruk, motivatie, kennis en vaardigheden, werk-privé-balans, veranderingsbereidheid, huidig functioneren en toekomstverwachting.

2. Onderzoek naar psychosociale arbeidsbelasting (PSA)
Als er sprake is van ongewenste omgangsvormen of hoge werkdruk, kan dit stress teweegbrengen en lichamelijke, psychische en sociale klachten veroorzaken. De arbowet noemt dit psychosociale arbeidsbelasting.

Onderzochte thema's: werkdruk, ongewenst gedrag, stressoren, energiebronnen en inzetbaarheid.

PRAKTIJKVOORBEELD 1:

Automatisch wegen heeft alleen maar voordelen

"Bij de productie van onze falafelballetjes wordt de verpakking samengesteld op basis van gewicht. En omdat niet ieder balletje hetzelfde weegt, is het doseren van een verpakking een belangrijke handeling. Voorheen gebeurde dit nog met de hand. Er is een minimaal gewicht bepaald per bakje en aan de hand van dit gewicht werd er door onze medewerkers handmatig gedoseerd hoeveel balletjes er in een verpakking kwamen. Een repeterend, tijdrovend en daarmee ook behoorlijk eentonig proces. Dit jaar zijn we bij Bobeldijk Food Group overgestapt op een automatische weeglijn.
Deze machine met 14 weegkoppen bepaalt aan de hand van de samenstelling van de afgewogen balletjes de meest ideale dosering van de verpakking, en garandeert daarmee minimale *give away*.
We verkennen continu nieuwe innovaties die ons kunnen helpen bij het verlichten van de werkzaamheden en het terugdringen van repeterende handelingen. Dat zou bijvoorbeeld ook bij het inleggen van zalmfilets een uitkomst kunnen bieden. Het lastige daarvan is dat het een natuurlijke grondstof betreft, die niet vormvast is.
Er bestaan volop mogelijkheden om verder te automatiseren. Per proces kijken we kritisch naar de voordelen die dat oplevert. "

Henk Korenberg, Manager Maintenance & Engineering

PRAKTIJKVOORBEELD 2:

Samen in beweging!

"Het afgelopen jaar was voor de Kennemervis Groep het Jaar van de Vitaliteit. Onze ambitie was om dit jaar meer mensen te stimuleren om in beweging te komen. Op 13 maart 2022 fietste een groep van negen medewerkers en partners mee met de Elfstedenfietstocht. Met de prachtige tocht van negentig kilometer door de Friese dorpen, vroeg de organisatie Cycling4Climate ook aandacht voor klimaat-verandering. Drie maanden later konden de KVG-fietsshirts opnieuw uit de kast: een andere groep van zes collega's stapt op voor Limburgs mooiste. Collega's fietsten een toertocht door het heuvelland over 70 kilometer, met een aantal venijnig klimmetjes. Onder hen waren drie medewerkers die nog niet eerder op een racefiets hadden gezeten.

Deze evenementen smaken naar meer. Ons fiets- en fitnessplan zijn hier een concreet resultaat van. En hier wordt ook actief gebruik van gemaakt: het KVG-fietsplan is al door meer dan 35 medewerkers gebruikt en ook het fitnessplan biedt voor ongeveer 30 KVG'ers uitkomst.Ook in 2023 krijgt vitaliteit van medewerkers van ons alle aandacht. Denk aan actieve evenementen, ludieke acties of het aanbieden van oplossingen die een actievere levensstijl leuk en gemakkelijk maken. Onze mensen mogen hierover zelf met suggesties komen. Graag zelfs!"

Sanne Agterberg, HR-manager KVG

sterker,
beter...
duurzamer
2022
Mooiste
03167
FIETSKLEDING
VOORDEEL.NL
03164
samen, sterker,
slimmer, beter...
en duurzamer
03166

FOCUSGEBIED 4

Gezonde en veilige producten

Voedselveiligheid is voor ons een sleutelbegrip. Onderdeel daarvan is ook het optimaliseren van voedingswaarde, en het weren of terugbrengen van ongezonde ingrediënten als suiker, zout of vet. Door te blijven innoveren, maken we ons product niet alleen gezonder, maar creëren we ook steeds nieuwe en verrassende consumptiemomenten. Hoe doen we dat? Een impressie.

Gezond én lekker

We weten steeds beter wat de impact van goede voeding op onze gezondheid is. Het is voor ons belangrijk dat onze producten niet alleen lekker, maar ook gezond zijn. Samen met onze klanten zetten we keer op keer nieuwe stappen en dragen we bij aan een gezond en verantwoord dieet.

Voedselveiligheid

Als producent werken we volgens strenge wet- en regelgeving die risico's moet beperken. Ook zoeken we zelf continu naar manieren om de veiligheid van onze producten te verbeteren.

Onze doelstellingen:

- In 2023 willen we het voedselveiligheidsbeleid binnen de KVG verder versterken en deze operationaliseren in een stappenplan.

Hier maken we het komende jaar werk van:

- We houden onze certificeringen op het hoogste niveau.
- We maken onze producten, waar mogelijk, steeds gezonder.
- We introduceren in overleg met onze klanten producten met Nutri-scores.
- We richten ons bij nieuwe productontwikkelingen op producten met Nutri-score A of B.

INTERVIEW

Hoe gezond en duurzaam hand in hand gaan

Het aanbod vleesvervangers in de Nederlandse supermarkt is de afgelopen tien jaar explosief gegroeid. Belangrijk resultaat: een vaste plaats in het supermarktschap. Bobeldijk Food Group produceert ongeveer vijftig verschillende plantaardige recepturen, waaronder de producten voor het private label van grootgrutter Jumbo. Product Manager Linda Klock en directeur Remko Vogelenzang vertellen over de ontwikkelingen die plantaardige alternatieven voor vlees de afgelopen jaren hebben doorgemaakt, en hoe gezondheidsaspecten steeds meer aandacht krijgen.

Vleesvervangers hebben niet echt een gezond imago. Is dat terecht?
Remko: "Ik begrijp goed waar die perceptie vandaan komt. De vleesvervangers van het eerste uur telden nog flinke hoeveelheden zout, suiker en onverzadigde vetten om deze toen nog nieuwe producten zo goed mogelijk te laten smaken. Inmiddels is er veel veranderd. De hele sector heeft met elkaar het aanbod plantaardige producten verbeterd. Door het reduceren van zout, suikers en verzadigde vetten, maar ook door het toevoegen van vezels en vitaminen en mineralen zoals B12, ijzer en zink zijn er stappen gezet. Inmiddels voldoen veel vleesvervangers in het schap en bijna ons volledige assortiment aan de eisen van de Schijf van Vijf."

Tegen welke uitdagingen loop je aan bij het gezonder maken van jullie producten?
Linda: "Bij veel van onze vleesvervangers is het gemakkelijk om stap voor stap aanpassingen te doen in lijn met het gezondheidsbeleid van Jumbo. Dat betekent in de praktijk bijvoorbeeld dat een product niet meer dan 1,1 gram zout per 100 gram mag bevatten. Met de komst van Nutri-score vormt dat voor onszelf een nieuwe richtlijn die net een stapje verder gaat. Een Nutri-score van minimaal A of B op basis van het nieuwe algoritme is inmiddels onze standaard, en dat betekent dat er in veel gevallen niet meer dan 0,9 gram zout per 100 gram in een receptuur zit. Daarmee lopen we dus best voor op de gestelde eisen van buitenaf. Wel is het lastig om recepturen met een kenmerkende zoete smaak zoals teriyaki of piri piri aan te passen. Toegevoegde suikers zijn volgens het gezondheidsbeleid van Jumbo een no go, dus worden andere oplossingen gevraagd."

› Remko Vogelenzang, Directeur Bobeldijk Food Group

› Linda Klock, Product manager Bobeldijk Food Group

Dat betekent dat er best wat gesleuteld wordt aan jullie recepturen. Dat maakt dat de plantaardige producten van Bobeldijk flink bewerkt zijn. Wat is jullie visie hierop?

Linda: "In het algemeen is veel van het voedsel dat je in de supermarkt koopt, bewerkt. Deze producten vormen daarmee niet meteen een gezondheidsrisico. Het gaat uiteindelijk om de voedingswaarde van een product en de mate waarin je zo'n product consumeert. Wij hebben vooral invloed op de voedingswaarde. Als je tegenwoordig een vleesvervanger vergelijkt met bewerkte dierlijke producten zoals worst, spek of hamburgers, is in de meeste gevallen de plantaardige optie gezonder. Deze bevatten minder suikers, zout en verzadigde vetten."

Remko: "Naast de zaken die Linda noemt zetten we ook vol in op innovatie. We produceren tegenwoordig een rauwe vegaburger, rauw plantaardig gehakt en rauwe plantaardige balletjes. Het voordeel van rauwe producten is dat deze minder bereidingstappen hebben doorgemaakt; ze zijn niet gefrituurd of door een gaartunnel gegaan. Hierdoor is de vetopname lager. De komende jaren is mijn verwachting dat er ook meer interesse ontstaat naar kant-en-klare mixen waarmee consumenten helemaal zelf hun plantaardige burger kunnen maken. Er bestaan op dit moment al poeders waarmee je aan de slag kunt. Deze zijn behoorlijk bewerkelijk, maar voor de al wat gevorderde liefhebbers van vleesvervangers biedt dit een uitkomst."

Wat is verder jullie verwachting van de toekomst van plantaardig?
Linda: "De basis van ons volledige productassortiment bestaat uit soja-eiwit of tarwe-eiwit. Mijn verwachting is dat we hieraan steeds meer groenten zullen toevoegen. Met de toename van dit aandeel heeft dat ook een positief effect op smaak, vezels en vitaminen. Ook zijn er minder additieven nodig; zo geven champignons met hun kenmerkende umamismaak, ons de mogelijkheid om minder zout toe te voegen en toch smaak te behouden."

Remko: "In onze sector gebeurt er op het moment heel veel. We houden alles zo goed mogelijk in de gaten. Ook onze samenwerkingen met bijvoorbeeld Green Protein Alliance en Foodvalley NL helpen daarbij. Deze partnerships zorgen ervoor dat we, als het gaat om vernieuwing en innovatie, dicht op de bal spelen. Kortgeleden hebben we experimenten gedaan met mycelium, een netwerk van schimmels die groeien op een reststroom zoals bierborstel, het afvalproduct van brouwerijen. Dit mycelium neemt voedingswaarde over van de grondstof waarop het groeit. Dat geeft ons heel veel nieuwe mogelijkheden. Niet alleen op het gebied van smaak en gezondheid. Ook de voetafdruk van dit type producten is veel lager."

Kimberly Leenders – van't Sant, assortimentsmanager Vis en Vega(n), over de samenwerking met Bobeldijk Food Group:

"Ons assortiment vleesvervangers is de afgelopen jaren flink verbeterd. Met de expertise van Bobeldijk Food Group zijn we er zeker van dat onze plantaardige oplossingen gezond, duurzaam en vooral lekker zijn."

JUMBO

1 op 1 met...
Jeroen Willemsen,
innovation lead protein transition bij Foodvalley NL

Hoe staat de Nederlandse eiwittransitie ervoor?
"De afgelopen 5 jaar is de markt van plantaardige vleesvervangers met zo'n 80% gegroeid. Inmiddels bepalen plantaardige variaties op vlees, vis en zuivel meer dan 10% van het totale eiwitassortiment in Nederland. Een prachtig resultaat. Toch is er is ook sprake van een zekere consolidatie. Het is tijd voor een volgende stap, waarbij we weer een andere groep Nederlanders helpen naar een meer plantaardig voedselpatroon. Je ziet dat ook bij grotere bedrijven zoals FrieslandCampina, Vion én de Kennemervis Groep. Zij zijn bezig om zich te herpositioneren en zien commerciële kansen in plantaardige producten. Ze zullen vanuit hun bestaande netwerk, consumentenkennis en infrastructuur een nieuwe groep consumenten weten te bereiken. Hiervan ben ik overtuigd."

Hoe gezond zijn vleesvervangers tegenwoordig?
"Wanneer je puur kijkt naar de cijfers, zie je dat er de afgelopen 10 jaar heel veel veranderd is. Vleesvervangers zijn echt veel gezonder geworden; helemaal wanneer je de plantaardige varianten vergelijkt met hun dierlijke tegenhangers. Waar de meeste plantaardige producten vandaag de dag een Nutri-score A of B hebben, zit vlees vaak op Nutri-score D vanwege zout, verzadigde vetten en cholesterol. Ondanks deze ontwikkelingen is de perceptie toch dat vleesvervangers ongezond zijn. Dat komt vooral omdat de gezondheidsaspecten van de eerste vleesvervangers ook echt te wensen overlieten. Inmiddels zijn de gezondheidseisen die aan vleesvervangers worden gesteld juist hoger. Producenten kunnen het zich bijna niet meer veroorloven om producten op de markt te brengen die bijvoorbeeld een zoutgehalte hebben hoger dan 1.1%."

Hoe gaat de sector om met de kritiek dat vleesvervangers highly processed foods zijn?
"Natuurlijk is het meest duurzame en gezonde alternatief op vlees het eten van meer noten, zaden en peulvruchten. Voor veel Nederlanders is die stap helaas nog te groot en daarom zijn voorbewerkte convenience-producten wel echt belangrijk. Mijn verwachting is dat er de komende jaren meer vraag zal zijn naar minder bewerkte producten of producten waarin de grondstof minder verwerkt een plaats heeft. Daarnaast zal een groot deel van de consumenten ook nog wel behoefte houden aan voorbewerkte producten zoals kant en klare hamburgers en worstjes om. Overtuigd raken van de voordelen van vega en vegan is niet zomaar gebeurd."

Foodvalley
Shaping the Future of Food

PRAKTIJKVOORBEELD 1:

10.000 kilo minder zout in marinades van Mayonna

"Het is geen geheim dat ongeveer 80% van de Nederlanders teveel zout binnenkrijgt. Niet zo gek, gezien aan veel van onze dagelijkse producten teveel zout wordt toegevoegd. Van de ongeveer 35 visproducten die Mayonna zelf produceert, zijn er ongeveer 10 gemarineerd. In deze smakelijke marinades wordt ook zout gebruikt. Door geen kant-en-klaar kruidenmengsel meer te gebruiken, maar over te stappen naar zelf samengestelde marinades, hebben we meer grip op de voedingswaarde van onze producten. In 2021 hebben we onze eerste gemarineerde producten aangepast en eind 2022 zullen de laatste met onze eigen kruidenmengsels worden gemarineerd. Mayonna marineert nu al haar producten met zo min mogelijk toegevoegd zout en geen toevoegde suikers – met uitzondering van gezoete marinades zoals teriyaki, knoflook chili of honingmosterd. Zo hebben we in het boekjaar 2021/2022 zo'n 10.000 kilo minder zout gebruikt in vergelijking met onze oude marinades. Op de individuele artikelen betekent dat een zoutreductie van 6% tot zelfs meer dan 50%. Naast dat onze visproducten gezonder zijn en gemakkelijk voldoen aan het gezondheidsbeleid van Jumbo, kunnen we ons ook onderscheiden doordat onze productontwikkelaars gemakkelijker zelf unieke smaakcombinatie kunnen creëren. "

Jelly Veltman, Senior product manager Mayonna

PRAKTIJKVOORBEELD 2:

Goedkeuring Listeria studies

"Voedselveiligheid is vanzelfsprekend één van onze eerste prioriteiten. Net zoals veel andere voedselproducenten zijn we bij de verwerking van vis en plantaardige producten, altijd bezig om veilige producten op de markt te brengen. Dit vraagt strikte monitoring van bedrijfsprocessen en in veel gevallen aanpassingen in het productieproces.

Helaas hebben we het afgelopen jaar twee product recalls moeten initiëren. In beide gevallen was de aanleiding dat bij microbiologisch productonderzoek Listeria monocytogenes werd aangetoond, en dat we niet expliciet (lees: met studies) konden aantonen dat tijdens de houdbaarheidstermijn de wettelijke norm niet zou worden overschreden. Er was geen sprake van een overtreding van de wettelijke norm, maar de autoriteiten nemen daar in het geval van Listeria monocytogenes en kant-en-klare levensmiddelen geen genoegen mee. Voor wat betreft de opvolging nemen we onze verantwoording met gepaste preventieve en corrigerende maatregelen."

Johan van den Dikkenberg, QA manager Kennemervis Groep

HOOFDSTUK 6

Overzicht van onze doelstellingen en ambities

Per focusgebied hebben we een aantal prestatie-indicatoren geformuleerd. Door te weten waar we staan, kunnen we ambities formuleren over waar we naartoe willen. Zo krijgt duurzame kwaliteit handen en voeten.

FOCUSGEBIED 1

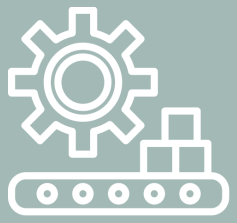
Operatie, verpakkingen en reststromen

Onze doelstellingen:

- In 2030 heeft de Kennemervis Groep haar CO_2-voetafdruk gehalveerd ten opzichte van 2018 t.a.v. Scope 1 en 2.
- We zorgen dat het primaire verpakkingsmateriaal per kilo afneemt en/óf het percentage recyclebaar plastic per kilo toeneemt.

Hier gaat KVG het komende jaar mee aan de slag:

- Het analyseren van onze reststromen en een voorstel voor verbeteringen.
- We presenteren in ons boekjaar '22/'23 onze routekaart naar inzicht in onze Scope 3 footprint.
- We verkennen de compensatiemogelijkheden van onze CO_2-uitstoot.
- We verkennen de mogelijkheid om de CO_2-footprint op productniveau inzichtelijk te maken.
- We brengen onze verpakkingsmaterialen in de keten nog verder in kaart.
- We introduceren nieuwe *mono-PET tray seal*-oplossingen die beter recyclebaar zijn.



FOCUSGEBIED 2

Duurzame vis, duurzame grondstoffen en transparante ketens

Onze doelstellingen:

- In 2030 is van de ingekochte vis van de Kennemervis Groep 100% MSC/ASC gecertificeerd of aanwijsbaar duurzaam.
- In 2027 verkopen we geen 'rode vis' meer volgens de Viswijzer.

Hier gaat KVG het komende jaar mee aan de slag:

- We brengen in kaart waar de grootste risico's ten aanzien van mens, dier en milieu in onze productieketen zitten.
- We werken actief aan het verder verlagen van *food miles* door waar mogelijk dichter bij huis in te kopen.
- FishPartners stimuleert haar klanten te kiezen voor duurzame vis en ondersteunt ze om het verhaal achter de verantwoorde vis te vertellen.
- FishPartners maakt verder werk van het uitfaseren van 'rode vis' volgens de Viswijzer.

FOCUSGEBIED 3

Inzetbaarheid, vitale medewerkers, veilige werkomgeving

Onze doelstellingen:

- Streven naar maximale veiligheid op de werkvloer.
- Percentage inzetbaarheid van onze mensen naar landelijk gemiddelde van 95%.

Hier maken we het komende jaar werk van:

- We gaan concreet aan de slag met de uitkomsten van ons Medewerkersbetrokkenheidsonderzoek.
- We zorgen voor een binden/boeien/groeien-plan voor onze collega's.
- We blijven onze medewerkers uitnodigen om met elkaar of alleen in beweging te blijven.

FOCUSGEBIED 4

Gezonde en veilige producten

Onze doelstellingen:

- In 2023 willen we het voedselveiligheidsbeleid binnen de KVG verder versterken en deze operationaliseren in een stappenplan.

Hier maken we het komende jaar werk van:

- We houden onze certificeringen op het hoogste niveau.
- We maken onze producten, waar mogelijk, steeds gezonder.
- We introduceren in overleg met onze klanten producten met Nutri-scores.
- We richten ons bij nieuwe productontwikkelingen op producten met Nutri-score A of B.

Colofon

Dit duurzaamheidsverslag is een uitgave
van de Kennemervis Groep

Tekst:
Kennemervis Groep

Realisatie:
Jurre Zwinkels Communications and Sustainability

Fotografie: Jan Erkelens
(m.u.v.: Foto's p 15, 16 door Eva Scholten. En m.u.v.
portret Remko Vogelenzang, portret Peter Koelewijn,
portret Albert Zwaan, portret Sietze van der Meulen,
Portret Jurre Zwinkels, portret Amy Bredehoft,
portret Margreet van Vilsteren, portret Wilma Wouters,
portret Jeroen Willemsen en foto's op pagina 18,
19 en 53).

Publicatie:
Januari 2023

Niets uit deze uitgave mag op enige manier
gekopieerd, vermenigvuldigd of verspreid worden
zonder voorafgaande schriftelijke toestemming
van de Kennemervis Groep.

Contact:
info@kvg.nl

Kennemervis Groep

Palingweg 18, 3751 BJ Spakenburg | Postbus 169, 3750 GB Spakenburg

info@kvg.nl | +31 (0) 33 299 79 00