



Het Fundament van onze Duurzaamheid:  
**SBFE Sustainability**  
**Report** 2021/22

**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD EUROPE



# Contents

.....

.....







# Inleiding

- 4 Welkom door onze CEO
- 5 “Growing for Good”
- 6 Suntory Beverage & Food Europe in één oogopslag
- 7 Belangrijke cijfers
- 8 Overzicht duurzaamheidsstrategie
- 9 Duurzaamheidsbestuur



# Welkom door onze CEO

De wortels van Suntory Beverage & Food Europe, gaan ver terug, zowel in Japan als in Europa. De bedrijven en merken van ons erfgoed zijn allemaal opgericht in de geest van vooruitgang, welzijn en teruggeven aan de samenleving. Tegenwoordig staan deze overtuigingen centraal in onze missie om “harmonie te creëren met mens en natuur”, en in onze benadering van het bouwen aan een duurzame toekomst.

De verwachtingen voor bedrijven om positieve veranderingen teweeg te brengen zijn nog nooit zo hoog geweest, en dat is een goede zaak. Wij worden ter verantwoording geroepen door onze consumenten, klanten, maatschappelijke belanghebbenden en vooral door onze werknemers. Wij bouwen aan een bedrijf vol mensen die gemotiveerd zijn om verandering teweeg te brengen en ons ertoe aanzetten om innovatief, coöperatief en transparant te zijn bij het aangaan van maatschappelijke en milieuitdagingen. Dat is waar dit verslag over gaat.

Bedrijven staan, net als wij allemaal, voor de directe uitdaging om de druk van stijgende inflatie en toegenomen kosten in evenwicht te brengen met de noodzaak om beslissingen op lange termijn te nemen die hun toekomst zullen bepalen. Deze uitdagingen zullen de inzet van velen voor hun duurzaamheidsagenda en hun geloof in de kracht van doelgericht ondernemen om succes op lange termijn te boeken, op de proef stellen.

We hebben het geluk dat Suntory vanaf het begin is gebouwd op het idee van langetermijndenken. De visie die onze huidige bedrijfsstrategie stuurt is “Growing for Good”. Wij geloven dat er een virtueuze cirkel bestaat tussen ons succes als bedrijf en het goede dat we kunnen doen door onze milieu- en sociale acties. Sterke bedrijfsprestaties en sterke duurzaamheidsprestaties zijn volledig verenigbaar en kunnen zelfs nauw met elkaar samenhangen.

Sinds het begin van onze duurzaamheidsreis hebben wij veel moeilijke beslissingen genomen, gebaseerd op onze overtuiging dat geleidelijke verandering succes op lange termijn oplevert. De beslissing waar ik het meest trots op ben, was ook een van de moeilijkste: de keuze om de hoeveelheid suiker in onze frisdranken in het Verenigd Koninkrijk aanzienlijk te verminderen, ruim voor de regelgeving. Deze beslissing kwam in het nieuws. Veel consumenten

waren ontstemd en een tijdlang hadden onze verkopen te lijden maar op middellange termijn bouwden ze weer op. Maar nu, snel vooruitspoelen naar vandaag, is het duidelijk dat we juist hebben gehandeld. We deden wat het beste was voor de gezondheid van onze consumenten, met het besef dat we echt iets konden doen aan de hoeveelheid suiker en calorieën in het dieet van mensen, en daarmee aan de obesitascrisis in de samenleving. Maar het was ook een positieve beslissing voor ons bedrijf: we hebben de maatstaf gezet voor verandering in onze sector door de verkoop van frisdranken zonder en met weinig suiker de afgelopen vijf jaar te verdrievoudigen.

Wij proberen elke dag dit soort vooruitstrevende beslissingen te nemen. Dit blijkt in de aanpassing van onze fabrieken om onze flessen recyclebaar te maken. Dit blijkt in ons werk in Frankrijk en Spanje om ecosystemen rond kostbare waterbronnen te herstellen. Dit blijkt in onze aanstelling van een duurzaamheidsleiderschapsteam en de koppeling van financiële prikkels aan duurzaamheidsdoelstellingen bij onze Exec. Wij leven “Growing for Good”.

Dit fundamentele duurzaamheidsrapport is bedoeld om de strategie te schetsen die wij de afgelopen vijf jaar hebben gevolgd om duurzaamheid centraal te stellen in ons bedrijf, en om onze lezers op de hoogte te houden van de vooruitgang die wij boeken bij het verwezenlijken van onze doelstellingen. Het komende jaar zullen wij actie blijven ondernemen en tegelijkertijd een grondige openbaarmaking van duurzaamheidsgegevens samenstellen, aangezien grotere transparantie de komende jaren de norm wordt. Wij zijn trots op de richting in die ons bedrijf gaat en kijken ernaar uit om verantwoording af te leggen voor het nakomen van onze beloften en overtuigingen.

**Peter Harding, CEO**



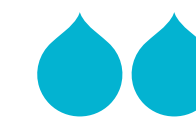


# “Growing for Good”

“Growing for Good” is onze visie op de manier waarop wij bij SBFE zaken doen. De betekenis ervan is eenvoudig: door positieve milieu- en sociale verandering te stimuleren via de beslissingen die we nemen, laten we een succesvol bedrijf groeien voor de lange termijn. Deze groei zet vervolgens een opwaartse spiraal in gang, waardoor we sneller meer veranderingen kunnen doorvoeren en meer goeds kunnen creëren.

Onze “Growing for Good”-strategie brengt de belangrijkste sociale en milieueffecten van ons bedrijf samen en stimuleert acties die ten goede komen aan onze consumenten, partners, werknemers en de gemeenschappen waarin wij actief zijn. Voor al deze groepen willen we de positieve impact die we kunnen hebben maximaliseren. Dit betekent dat wij frisdranken creëren die het leven van mensen veraangenamen en hen gezond en actief houden, dat wij onze medewerkers ondersteunen en ontwikkelen en dat wij onze gemeenschappen betrekken bij initiatieven die levens veranderen. Tegelijkertijd proberen wij de negatieve gevolgen van onze activiteiten te minimaliseren door de uitstoot van koolstofdioxide en waterverbruik te verminderen, duurzame verpakkingen te gebruiken en ervoor te zorgen dat onze toeleveringsketen ethisch en transparant is.

Maar Growing for Good is niet zomaar een duurzaamheidsplan: het vormt de kern van onze hele bedrijfsstrategie. Het dwingt ons een efficiënt en wendbaar bedrijf te runnen dat investeert in zijn mensen en zich richt op duurzaamheid om succesvol te zijn. Het is een bedrijfsmodel dat SBFE de komende jaren vooruit zal helpen. We zullen onze ambitie blijven vergroten, doelen stellen die positieve verandering stimuleren en de transparantie en frequentie waarmee we over onze vooruitgang rapporteren verhogen. Growing for Good is de blauwdruk voor een duurzamer en succesvoller SBFE.



Bij Suntory proberen we de geest van ‘Yatte Minhare’ te belichamen, die staat voor de ambitie om groots te dromen, nieuwe uitdagingen aan te gaan en nooit op te geven. Het drijft ons om moedig en vaak baanbrekend te zijn. Onze duurzaamheidsdoelstellingen en de vooruitgang die we al hebben geboekt, vormen daarop geen uitzondering. Wij blijven het voortouw nemen bij enkele van de grootste problemen in onze sector en ik ben er trots op te zien hoe iedereen samenwerkt om ‘Growing for Good’ in het hele bedrijf te realiseren.”

**Michelle Norman, Director of Sustainability and External Affairs**



# Suntory Beverage & Food Europe in een oogopslag

## Over Suntory Beverage & Food Europe

Suntory Beverage & Food Europe (SBFE) werd opgericht in 2014 en is een van de vijf regionale divisies van de in Japan gevestigde Suntory Group, een van de toonaangevende wereldwijde drankenbedrijven. We zijn trots dat we deel uitmaken van een familiebedrijf met zijn inspirerende 120-jarige erfgoed en we laten ons leiden door de ideeën van onze grondlegger Shinjiro Torii. SBFE bestaat uit 3.800 gepassioneerde mensen die in heel Europa met grote toewijding werken aan het produceren van heerlijk smakende, gezondere frisdranken van enorm iconische merken, waaronder Schweppes\*, Orangina, Lucozade, Ribena, La Casera, Oasis\*, Pulco en MayTea. Alles wat we doen vloeit voort uit onze Mizu To Ikiru-beloofte en onze visie "Growing for Good". In harmonie zijn met mens en natuur staat centraal in ons bedrijf. We werken elke dag om ervoor te zorgen dat toekomstige generatie van een gezonde planeet kunnen blijven genieten.

*\*Eigendom van en gecommmercialiseerd binnen de respectieve gebieden van de SBFE*



### Onze belofte: Mizu To Ikiru

Deze krachtige Japanse uitdrukking vertaalt zich als "Leven met water", een filosofie die stroomt door alles wat we doen. Water, kostbaar en krachtig, geeft vorm aan onze wereld en maakt overal leven mogelijk. En water staat centraal in onze activiteiten als drankenproducent.

### Onze missie: Harmonie creëren met mens en natuur

Ons grondbeginsel is in meer dan 100 jaar onveranderd gebleven. Wij willen bijdragen aan het welzijn en de vreugde van mensen en tegelijkertijd de banden van waardering tussen mensen en de wereld om hen heen versterken.



### Onze visie: "Growing for Good"

Onze visie inspireert ons om ons bedrijf duurzaam te laten groeien. Wij geloven dat zowel groei als het goede even belangrijk zijn, want hoe groter we zijn, hoe groter onze positieve impact kan zijn.

### Onze waarden: Yatte Minahare en teruggeven aan de samenleving

Onze waarden komen rechtstreeks van onze oprichter, Shinjiro Torii. Yatte Minahare was zijn oproep om groots te dromen, moeilijke uitdagingen aan te gaan en nooit op te geven. Het is een cultuur die wij koesteren onder onze werknemers en een krachtige herinnering om moedige beslissingen te nemen op het gebied van duurzaamheid.

Shinjiro Torii heeft Suntory opgericht vanuit een sterk geloof in het teruggeven aan de samenleving. We doen dit met de dranken die we produceren, maar ook door ons geloof in het vrijgevig zijn met onze tijd en middelen en in het opbouwen van langdurige, wederzijds voordelige relaties.





# Kerncijfers


 **9**  
productiefaciliteiten

 **3,400**  
werknemers

 **8** iconische  
merken

Verkoop in  
 **80+**  
landen

 **€1,81 miljard**  
NSV (2021)

 **2441,7 miljoen liter**  
verkocht in 2021



Suntory is meer dan een baan: het is een plek om te leren, te gedijen, jezelf te ontwikkelen, een team van werknemers die in dezelfde visie geloven en een familie die dezelfde waarden deelt. Als jonge vrouw voel ik me gesterkt om te zijn wie ik echt ben, en ik weet hoe gelukkig ik ben om elke dag met een glimlach op te staan en naar mijn werk te gaan.”

**Marina Perez, Senior Internal Communications Executive**



Mijn loopbaanervaring is de weerspiegeling van het talentmanagement van SBFE: medewerkers ondersteunen met de wens hen te laten groeien. Wat ik zo leuk vind aan werken bij SBFE is de cultuur van risico's nemen zonder angst voor mislukking en de omgang met betrokken en gepassioneerde mensen.”

**Tristan Pasquet, Ingredients Procurement Category Manager**



Ik ben er ongelooflijk trots op dat ik werk voor een bedrijf dat met zijn visie van Growing for Good serieus werk maakt van duurzaamheid, vele lokale doelen genereus steunt en teruggeeft aan de gemeenschap.”

**Satvinder Dhillon, Packaging Development Manager**



# Overzicht duurzaamheidsstrategie

Onze duurzaamheidsstrategie bestaat uit vier belangrijke pijlers: Onze Grondstoffen, Onze Dranken, Onze Samenleving en Wijzelf.



## Onze Dranken In harmonie met consumenten

- Minder suiker
- Positieve keuzes
- Natuurlijker



## Onze Samenleving In harmonie met de mens

- Gemeenschappen sterker maken
- Merken met een betekenis



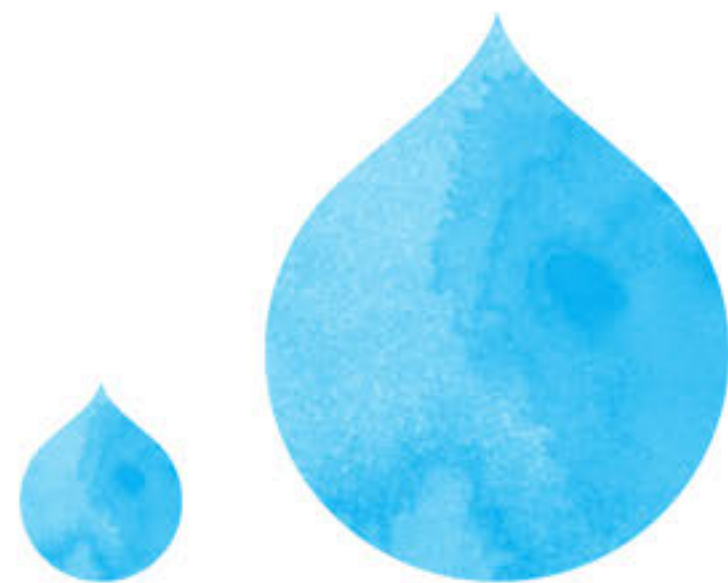
## Onze Grondstoffen In harmonie met de natuur

- Minder en betere materialen
- Minder afval
- Respect voor water
- Emissies verminderen
- Duurzaam inkopen



## Wijzelf In harmonie met medewerkers

- Divers en inclusief
- Flexibel
- Verantwoordelijk voor onze toeleveringsketen
- Ethische werkgever



Ons kader is ontwikkeld door vast te stellen welke duurzaamheidskwesties van belang zijn voor de bedrijfsvoering. Wij hebben dit samen gedaan met externe deskundigen en bedrijfsleiders, maar ook met collega's uit het hele bedrijf door middel van gezamenlijke workshops, zodat ons kader alomvattend, relevant en zinvol is voor het hele bedrijf. Dit proces is niet statisch. Wij werken voortdurend aan het identificeren van nieuwe en groeiende problemen en integreren die in ons kader. Deze aanpak heeft ons in staat gesteld voorop te lopen bij opkomende duurzaamheidskwesties.

Onze in 2018 gelanceerde duurzaamheidsstrategie is uitgerold over alle markten en functies van SBFE en heeft geleid tot aanzienlijke vooruitgang op het gebied van onze belangrijkste milieu- en maatschappelijke kwesties, zoals dit basisrapport duidelijk maakt. De duurzaamheidsstrategie zit echter niet in een silo - ze is nauw geïntegreerd in onze bedrijfsstrategie als een belangrijk resultaatgebied voor het bedrijf.



# Duurzaamheidsbestuur

Door duurzaamheidsbeheer rechtstreeks in onze dagelijkse activiteiten in te bouwen, wordt de verantwoordelijkheid voor het behalen van onze doelstellingen niet geïsoleerd. In plaats daarvan werkt elk lid van het SBFE-team samen om verandering tot stand te brengen.



Onze strategie wordt ondersteund door een aantal externe kaders, initiatieven en accreditaties. Elke pijler en elk aandachtsgebied is afgestemd op één of meer van de Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties en onze toezeggingen ondersteunen volledig de doelstellingen van de EU op het gebied van gezonder eten en drinken en de circulaire economie. Wij hebben de EU-gedragscode inzake verantwoorde bedrijfsvoering en marketing van levensmiddelen ondertekend. Deze gedragscode biedt "een gemeenschappelijk aspiratief pad naar duurzame voedselsystemen" en we blijven onze vorderingen ertegen in kaart brengen en rapporteren. Wij zijn ook actief lid van UNESDA en helpen hun duurzaamheidstoezeggingen vorm te geven en te handhaven.







# Onze dranken

**11** Onze dranken: inleiding

**12** Spotlight op: minder suiker



# Onze dranken

Dranken zijn wat we doen. Dus het opbouwen van een duurzaam bedrijf moet hier beginnen. Wij willen de best mogelijke dranken voor onze klanten maken. Dit betekent natuurlijk een geweldige smaak en kwaliteit, maar het betekent ook dat alles wat we verkopen bijdraagt aan een gelukkig en gezonder leven. We hebben al grote vooruitgang geboekt bij het gezonder maken van onze dranken door minder suiker en meer natuurlijke ingrediënten te gebruiken.

Alleen al in het Verenigd Koninkrijk hebben we sinds 2015 98 miljard calorieën uit het dieet van mensen gehaald. Dit is belangrijk werk: gezondheid, welzijn en het aanpakken van de obesitascrisis zijn belangrijke kwesties voor onze industrie. Maar daar houdt ons werk niet op. Ons assortiment frisdranken, en de manier waarop we erover praten, ontwikkelt zich voortdurend om gezondere keuzes gemakkelijker en aangenamer te maken.

## Dit doen wij:

- Vermindering van toegevoegde suiker om onze doelstelling van **35% vermindering tegen 2025** te halen.
- Klanten de **nutritionele informatie** over onze dranken geven die ze nodig hebben om weloverwogen beslissingen te nemen.
- Actief bijdragen aan **de nieuwe afspraken van UNESDA inzake gezondheid en voeding**, met bijzondere aandacht voor verantwoorde marketing. Wij verkopen niet aan kinderen jonger dan 13 jaar, of jonger dan 16 jaar in het Verenigd Koninkrijk.
- Meer natuurlijke ingrediënten gebruiken en **kunstmatige kleur- en smaakstoffen verminderen**. In 2021 bereikten we een vermindering van 81% in het gebruik van kunstmatige kleurstoffen en een vermindering van 71% in het gebruik van kunstmatige smaakstoffen.
- Onze consumenten veilig houden door ervoor te zorgen dat wij **producten van hoge kwaliteit** leveren en kwaliteitsborgingsmaatregelen voor al onze processen toepassen.



De geweldige smaak van onze iconische dranken is de reden waarom ik me in de eerste plaats bij SBFE wilde aansluiten - het zijn gewoon merken waar iedereen van houdt. Maar tegelijkertijd is het maken van gezondere keuzes steeds belangrijker voor ons allemaal. Het is dus verbazingwekkend om de resultaten te zien van de innovatie en herformulering die we in ons hele assortiment hebben doorgevoerd. We geven onze klanten gezondere keuzes die trouw blijven aan alles waar ze van houden in onze dranken. Dat voelt echt goed."

**Vincent Méron, SBFE Chief R&D Officer**







## Spotlight op: Minder suiker

**Bij SBFE zijn we er trots op dat we een voortrekkersrol hebben gespeeld in de suikerreductie en dat we de grenzen blijven verleggen voor lekkere, gezonde frisdranken. In 2006 zijn we begonnen met het verminderen van suiker in al onze dranken.**

In 2015 kwamen de bedrijven die deel uitmaken van SBFE samen om een langetermijnambitie te ontwikkelen om tegen 2025 de toegevoegde suiker in ons hele assortiment met 35% te verminderen. Dit overtreft ruimschoots de industriële gecombineerde toezegging van 10%. Vandaag zien we gezondere voeding als een van de belangrijkste onderdelen van onze duurzaamheidsstrategie.

Het herformuleren van dranken, met name iconische smaken als Orangina, Lucozade en Ribena, is geen sinecure. Het onderzoek en de ontwikkeling die nodig zijn, vergen aanzienlijke investeringen over een lange periode, waarbij onze smaak- en voedingsdeskundigen onvermoeibaar werken aan innovatie, het zoeken naar nieuwe benaderingen en het delen van best practices over de hele wereld. We doen het niet altijd in één keer goed maar over een langere periode hebben we de suikers in ons hele assortiment geleidelijk verminderd en de resultaten blijven heerlijk. Gezondere dranken met behoud van de heerlijke smaak waar we allemaal van houden, betekent dat we aan alle voorwaarden voldoen.

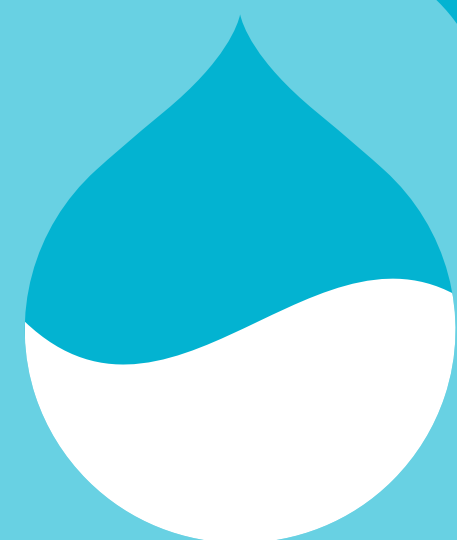


Mijn team maakt deel uit van een wereldwijd netwerk van deskundigen die beste praktijken en ervaring delen en deze inzichten in ons bedrijf inbrengen. Het is geweldig om de passie te zien die we delen bij het zoeken naar nieuwe ingrediënten en verschillende technologieën waarmee we kunnen blijven innoveren.”

**Zafer Gezgin, Principal Scientist**

# 35%

onze doelstelling om de hoeveelheid toegevoegde suiker in onze dranken te verminderen tegen 2025

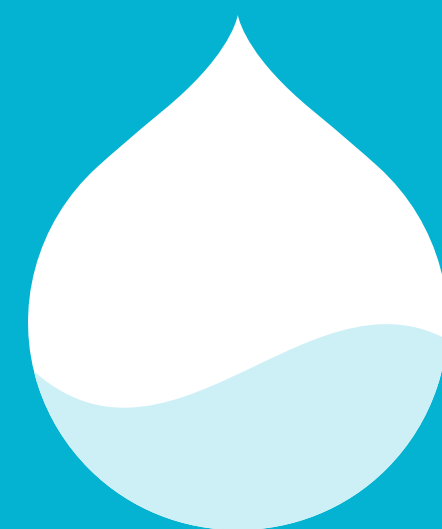


# 2027

het aantal dranken in onze Europese portefeuille dat we al opnieuw hebben geformuleerd



## Spotlight op: Minder suiker



# 23%

de hoeveelheid toegevoegde suiker die we sinds 2015 al vrijwillig hebben verminderd in onze dranken

# 25.000

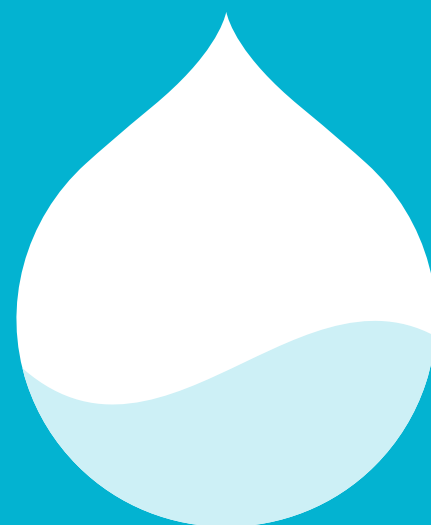
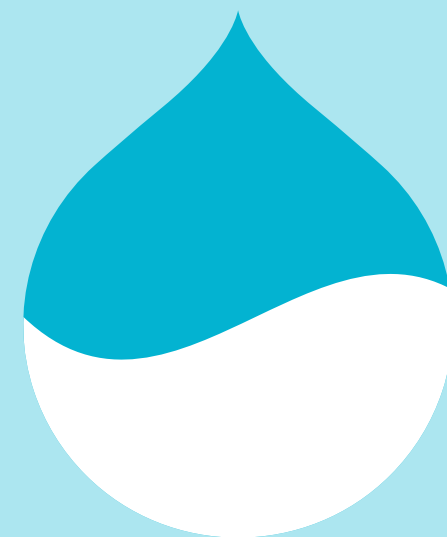
het aantal ton suiker dat we hebben verwijderd uit ons kernassortiment dranken in het Verenigd Koninkrijk en Ierland



In Frankrijk bevat ons nieuwe May Tea-merk, Les Eaux de Thé, 70% minder suiker dan de gemiddelde drank op de markt.

# 42%

de hoeveelheid suiker die we sinds 2015 in al onze dranken in Spanje hebben verlaagd



# 25%

de hoeveelheid suiker die in 2021 uit de Poolse portefeuille is verwijderd



In het VK en Ierland hebben we sinds 2015 niet alleen 98 miljard calorieën verwijderd uit ons kerndrankassortiment, maar ook een nul calorie of caloriearm alternatief geïntroduceerd voor elk van onze beroemdste drankjes.

Onze verschuiving naar gezondere dranken weerspiegelt ook, en draagt bij aan, een bredere verandering in de voorkeur van de consument. In de afgelopen vijf jaar is de verkoop van onze suikerarme en suikerloze dranken (minder dan 5 gram toegevoegde suiker per 100 ml) verdrievoudigd. In Frankrijk, waar in onze suikerreductiestrategie caloriearme zoetstoffen zijn vermeden, zijn we er niettemin in geslaagd de suiker in Oasis sinds 2006 met 24% te verminderen, door de verwachtingen rond zoetheid langzaam te veranderen.

Onze suikerreductiestrategie in het Verenigd Koninkrijk was moedig en toonaangevend in de sector. We hebben het risico genomen om, vooruitlopend op de regelgeving, een aanzienlijke vermindering door te voeren en we hebben de mediastorm die daarop volgde goed doorstaan. Dat heeft zijn vruchten afgeworpen: ons bedrijf in het Verenigd Koninkrijk bloeit en we hebben de weg vrijgemaakt voor anderen. Wij vinden het geweldig dat onze consumenten gezondere keuzes maken en zijn zeer gemotiveerd om hen meer te geven van wat zij willen.





# Onze grondstoffen

- 15 Onze Grondstoffen: inleiding
- 17 Spotlight op: Respect voor water
- 19 Spotlight op:  
Minder en betere materialen



# Onze Grondstoffen

Wij begrijpen de impact die ons bedrijf op de planeet kan hebben en streven ernaar onze ecologische voetafdruk gedurende de hele levenscyclus van onze producten tot een minimum te beperken.


Aan het begin van het productieproces denken we zorgvuldig na over de herkomst van het water, het fruit en andere ingrediënten die we nodig hebben. Onze producten zitten boordevol natuurlijke fruitsmaken en vers water, dus het is belangrijk voor ons dat we de ingrediënten op een verantwoorde manier gebruiken. Bij de productie kijken we hoe we alle soorten afval kunnen verminderen. En we brengen aanzienlijke veranderingen aan in de manier waarop onze dranken worden verpakt en gedistribueerd en, nadat ze zijn genuttigd, waar die verpakking terecht komt.



## Onze vooruitgang op het gebied van CO2 uitstoot vermindering

### Scope 1 en 2 emissies

 **Doel:**  
50% vermindering tegen 2030

 **2021 vooruitgang:**  
22% vermindering

### Scope 3 emissies

 **Doel:**  
30% reductie tegen 2030

 **2021 vooruitgang:**  
16% reductie

### Koolstofdioxide

#### Dit doen wij:

- Verminderen van de CO<sub>2</sub>-uitstoot om onze doelstellingen voor 2030 te halen en ons bewegen naar ons doel van **Net Zero in 2050**. In Frankrijk en Spanje hebben we de CO<sub>2</sub>-uitstoot per liter product met ongeveer 35% verminderd, deels doordat we in heel Europa zijn **overgeschakeld op 100% hernieuwbare energie**. Een deel van wat we gebruiken is groene energie van eigen bodem.
- Verhuizen en optimaliseren van onze magazijnen om de uitstoot van het vervoer te verminderen en om in Spanje **tegen 2030 tot een transport zonder uitstoot** te komen. In Spanje is nu al 56% van ons wagenpark milieuvriendelijk of emissievrij en wordt 23% van ons fruit binnen 100 km van de fabriek geteeld.

### Verpakking

#### Dit doen wij:

- Ons op toe leggen om **tegen 2030 100% duurzame plastic verpakkingen** te gebruiken - het eerste drankenbedrijf ter wereld dat dit doet - op basis van groene technologieën van de volgende generatie en ambitieuze tussentijdse doelstellingen voor gerecycleerde materialen.
- Op koers om onze doelstelling van **100% recyclebare verpakkingen tegen 2025** te halen.

### Water

#### Dit doen wij:

- Streven naar **20% minder waterverbruik** bij al onze activiteiten tegen 2025 door efficiëntere praktijken en **investeringen in projecten voor het herstel van waterecosystemen**.



## Afval

### Dit doen wij:

- Recycling van 95% van het afval van onze fabrieken, en tegen het einde van 2022 willen we onze doelstelling van **nul afval naar de vuilstort** in onze activiteiten bereiken.
- **Voedselverspilling met 50% verminderen** door overtollige producten door te sturen naar voedselbanken om mensen in nood te ondersteunen.

## Traceerbaarheid

### Dit doen wij:

- Nauwgezet traceren waar onze ingrediënten vandaan komen en onder welke milieu- en sociale omstandigheden ze zijn geproduceerd, verwerkt en verkocht. Dit houdt in dat wij rechtstreeks samenwerken met ons netwerk van fruitboeren om **duurzame landbouw- en biodiversiteitspraktijken op te leggen**, en dat wij ons aansluiten bij het **SEDEX-platform voor een verantwoorde toeleveringsketen** om onze bredere activiteiten te controleren.
- Samenwerking met de zwarte bessen-boeren van Ribena om een duurzame toekomst voor het fruit te garanderen. Daartoe hebben we **een agronoom in dienst** genomen om te **adviseren over biodiversiteitsplannen**, samengewerkt met het James Hutten Institute om nieuwe soorten te ontwikkelen die beter bestand zijn tegen de toekomstige gevolgen van klimaatverandering, en zijn we begonnen met het uitwerken van ideeën over duurzame en regeneratieve landbouw.



In het Verenigd Koninkrijk en Ierland werken we sinds 2018 samen met Fareshare, het liefdadigheidsnetwerk voor voedselredistributie. Hierdoor hebben we meer dan 560 ton van onze dranken, die anders verloren zouden gaan, kunnen redden en omleiden naar mensen in nood. Dagelijks voorraadbeheer en een “geen afval naar de vuilstort” beleid op onze Britse productielocatie en kantoren betekent dat we naast onze Fareshare partnerschap ook sterke relaties hebben met voedselbanken in het Forest of Dean, Gloucestershire en in de buurt van onze kantoren in Londen en Dublin. In 2021 schonken we 703.276 drankjes aan liefdadigheidsinstellingen.



90% van de zwarte bessen die in het VK worden geteeld, worden gebruikt om Ribena te maken. Sinds 2004 hebben we voor onze telers biodiversiteitsplannen opgesteld die zijn afgestemd op de individuele leefgebieden rond hun boerderijen. Dit heeft geholpen om 200 mijl aan ruwe akkerranden te herstellen, meer dan 2.000 nestkasten te bouwen en meer dan 717 hectare stuifmeel- en nectarrijke planten in te zaaien.



De duurzaamheidsveranderingen die we de afgelopen jaren op de fabrieksvloer hebben doorgevoerd zijn enorm. Nieuwe machines, nieuwe processen om waterspilling tegen te gaan en volledig nieuwe manieren om onze dranken te bottelen en te etiketteren, zodat ze minder plastic gebruiken en gemakkelijker kunnen worden gerecycled. Het is een hoop verandering om mee te werken, maar het is fantastisch om deel uit te maken van zo'n positieve transformatie.”

**Daniel Gray, UK Manufacturing Sustainability Manager**






# Spotlight op: Respect voor water

Water maakt deel uit van alles wat wij als bedrijf doen. Het beschermen van deze kostbare grondstof voor toekomstige generaties is een belangrijk onderdeel van onze *Mizu to Ikiru* belofte. Om deze belofte na te komen, innoveren wij voortdurend om het waterverbruik bij onze activiteiten te verminderen en investeren wij in de ecosystemen rond onze waterbronnen.

Wij streven ernaar het waterverbruik bij de productie van onze dranken tegen 2030 met 20% te verminderen, en wij zijn goed op weg om dit doel te bereiken. We bereiken dit door te investeren in nieuwe technologie om het waterverbruik te verminderen en door nieuwe interne initiatieven te creëren om zo water efficiënt mogelijk te zijn. Zo investeerde ons bedrijf in het Verenigd Koninkrijk in 2020 13 miljoen pond in een nieuwe hogesnelheidsvullijn die 40% minder energie en water verbruikt.

In Frankrijk werken we al 20 jaar samen met Grand Parc Miribel Jonage, vlakbij onze fabriek in Meyzieu, om het kostbare en biodiverse alluviale bos rond de rivier de Rhône te helpen behouden en herstellen en ecologische onderwijsprogramma's voor plaatselijke gezinnen te bieden.

## Onze vooruitgang in het verminderen van watergebruik

 **Doel:**  
20% minder waterverbruik in onze directe activiteiten tegen 2030

 **2021 vooruitgang:**  
12% vermindering



## Spotlight op: Respect voor water



Naast het werk in onze fabrieken respecteren wij het water via projecten die het aquatisch milieu rond onze waterbronnen beschermen en voorlichting geven over waterbehoud. In Spanje hebben we ons initiatief Guardianes del Tajo opgezet in het stuwmeer van Guajaraz, dat onze fabriek in Toledo van water voorziet. Het project draagt bij aan de verbetering van de waterkwaliteit, het behoud en de verbetering van de biodiversiteit en de aanpak van waterschaarste door de hoeveelheid water voor de plaatselijke stad te vergroten. Het betreft ook het publiek bij kwesties rond het waterecosysteem: meer dan 500 kinderen van scholen in Toledo hebben via het MIZUIKU-programma van Suntory les gekregen over water en het verantwoord gebruik ervan. Een groot aantal deskundigen is betrokken geweest bij het tot leven brengen van Guardianes del Tajo, waaronder vertegenwoordigers van ECODES, de Universiteit van Alcalá en de Hydrografische Confederatie van de Tagus.



Ik ben zo trots op onze waterprojecten in heel Europa die werken aan de bescherming van de waterecosystemen rond de gebieden waar we allemaal wonen en werken. Ik ben betrokken geweest bij Guardianes di Tajo in Spanje en het was zo'n opwindend project: niet alleen de biodiversiteit herstellen, maar het samen doen met de lokale gemeenschappen die er het meest van zullen profiteren. Ons bedrijf zou niet bestaan zonder water, dus het is inspirerend om iets te kunnen doen om het te vieren en te koesteren."

**Paula del Rio Sousa, External Communications Manager, SBF Iberia**





# Spotlight op: Minder en betere materialen




De duurzaamheid van onze verpakkingen en wat ermee gebeurt als ze leeg zijn is enorm belangrijk voor ons. We weten dat dit iets is wat iedereen - onze klanten, onze consumenten en het publiek - na aan het hart ligt. Wat verpakkingen betreft is de frisdrankindustrie in de eerste plaats opgebouwd rond gemak. Maar er zijn nu andere prioriteiten en het is onze taak om deze flessen en verpakkingen zo duurzaam mogelijk te maken.


Zelfs kleine aanpassingen aan de verpakking kunnen een groot verschil maken. Ons merk Ribena is hiervan het bewijs. Ribena gebruikt al meer dan 10 jaar gerecyclede plastic flessen. Ook heeft het vervangen van plastic rietjes door papieren rietjes in de afgelopen jaren 16 ton plastic uit drankpakjes verwijderd. Door de volledige plastic wikkel van de fles te vervangen door een klein etiket, is er nog eens 200 ton verwijderd.




## Onze vooruitgang op het gebied van duurzame verpakkingen

 **Onze doelstelling voor 2030:**  
100% duurzame verpakkingen

 **Doelstelling:**  
100% recycleerbare verpakkingen tegen 2025

 **2021 vooruitgang:**  
Gemiddeld 77% recyclebaar

 **Doelstelling:**  
Minimaal 50% gerecycled plastic in onze flessen tegen 2025

 **2021 vooruitgang:**  
18% gerecycled plastic



## 🔍 Spotlight op: Minder en betere materialen

### Het volledig opnieuw uitvinden van onze verpakkingen is een van de grootste investeringen die ons bedrijf ooit heeft gedaan, en een van de belangrijkste.

In september 2019 kondigden we ons doel aan om het eerste wereldwijde drankenbedrijf te zijn dat tegen 2030 100% duurzame verpakkingen gebruikt. Dit is zo'n belangrijk onderwerp dat we denken dat het de moeite waard is om wat tijd te besteden aan de "geeky stuff". Wat bedoelen we met duurzame verpakkingen? We bedoelen het gebruik van materialen op plantaardige basis, gerecycled plastic of plastic dat niet is gemaakt met behulp van fossiele brandstoffen. Deze soorten plastic hebben allemaal een drastisch lagere CO2-voetafdruk. Plastic is kostbaar, dus we willen zoveel mogelijk verzamelen en recyclen om er nieuwe flessen van te maken. Herhaal dit proces en je hebt de echte circulaire economie waar we naar streven. Het is echter niet voldoende om rPET - gerecycled plastic - te gebruiken. Door de huidige recyclingtechnologieën is het eindproduct van de recycling niet zuiver genoeg om er een geheel nieuwe fles van te maken. Wij willen deel uitmaken van het creëren van een betere oplossing. In 2019 hebben we geïnvesteerd in Carbios, een baanbrekend Frans bedrijf dat 'enzymatische' recyclingtechnologie ontwikkelt die plastic tijdens het recyclingproces volledig afbreekt, waardoor het oneindig kan worden gerecycled tot waar het vandaan komt - onze flessen. Het is een echte game-changer voor de circulaire economie.

In 2021 onthulden we 's werelds eerste fles gemaakt van 100% enzymatisch gerecycled plastic - de mooiste fles Orangina die we ooit hebben gemaakt.

Tegelijkertijd toonden we het prototype voor onze nieuwe 100% plantaardige fles gemaakt van houtsnippers en melasse. En we gaan snel naar onze doelstelling om ons hele assortiment tegen 2025 volledig recycleerbaar te maken.



Het wereldwijde probleem van plastic afval vereist transformationeel denken, creatieve partnerschappen en innovatieve merken die samen op zoek gaan naar nieuwe oplossingen. Blijven investeren in nieuwe manieren om afval aan te pakken en echte circulariteit te creëren, zoals deze baanbrekende technologie van Carbios, zal de sleutel zijn om onze ambitie van 100% duurzaam plastic te verwezenlijken."

**Alistair Sayers, Packaging Director**







# Onze samenleving

- 22 Onze Samenleving: Inleiding
- 23 Spotlight op: Het versterken van gemeenschappen



# Onze samenleving

De oprichter van Suntory, Shinjiro Torii, begon het bedrijf in 1899 vanuit zijn streven om iets goeds te doen voor de maatschappij. Het is dezelfde gedachte die SBFE vandaag de dag voortzet. We doen dit niet alleen via onze donaties aan goede doelen maar ook via de partnerschappen en programma's die we opzetten en de rol die onze merken spelen in de samenleving. Positieve verandering komt voort uit het opbouwen van sterke relaties die levens verrijken en een blijvende impact hebben. Daarom richten we ons op doelgerichte samenwerkingen met partners die relevant en authentiek zijn.



Het is geweldig om bij een bedrijf te werken dat zijn werknemers de kans geeft iets terug te doen voor de gemeenschap. Ik maak graag deel uit van het project 'Lazos telefónicos' met de liefdadigheidsinstelling Adopteer een Grootvader. Eén keer per week spreek ik met de oudere persoon met wie ik gematcht ben en nu kijk ik echt uit naar onze gesprekken. Dit programma heeft me geholpen te groeien als persoon en het is prachtig om te zien hoe een klein beetje van mijn tijd een enorm verschil kan maken in iemands leven."

**Maria Luisa López García, Portfolio and Programme Manager, SBF Iberia**

## Dit doen wij:

- Ondersteunen van maatschappelijke programma's om **belemmeringen voor het onderwijs van jongeren weg te nemen**. In Frankrijk werken we samen met liefdadigheidsinstellingen om het aantal scholieren die hun opleiding afbreken te verminderen. In het Verenigd Koninkrijk werkt ons merk Lucozade al jaren aan het sterker **maken van jongeren**, onlangs nog via een partnerschap met Apprentice Nation.
- Onze werknemers in staat stellen om elk jaar een 'Growing for Good Day' te houden om **vrijwilligerswerk te doen in hun lokale gemeenschap**. In Spanje richt ons vrijwilligerswerk zich op onze waterprojecten en de verbinding tussen generaties, en ondersteunen wij het Rode Kruis bij **rampenbestrijding tijdens noodsituaties** zoals de vulkaanuitbarsting in La Palma.
- Sociale uitsluiting en armoede aanpakken in de markten waarin wij actief zijn, zoals via ons **partnerschap met Secours Populaire Français**.
- Via ons bedrijf in Frankrijk **steun verlenen aan milieuorganisaties** over de hele wereld die lokale gemeenschappen helpen hun milieu te beschermen en duurzame ontwikkeling aan te moedigen.
- **Ondersteuning van voedselbanken** in Nederland, België, Polen, Ghana en Trinidad, zowel financieel als met productdonaties
- Voortzetting van het werk dat we tijdens de Covid-19 pandemie hebben gedaan om **overtollige producten te leveren aan mensen in nood**. Tijdens Covid leverden we meer dan 2 miljoen drankjes aan eerstelijns zorgverleners, doneerden we persoonlijke beschermingsmiddelen en verzamelden we gulle donaties van onze medewerkers.





# Spotlight op: Het versterken van gemeenschappen

## Potentieel ontsluiten in het Verenigd Koninkrijk

Sinds 2018 is ons bedrijf in het Verenigd Koninkrijk, en in het bijzonder ons merk Lucozade, erop gericht jongeren te helpen hun potentieel te bereiken. Wij geloven dat potentieel universeel is maar kansen niet. Opeenvolgende SBFE-programma's in het Verenigd Koninkrijk hebben geprobeerd daar verandering in te brengen.

In 2018 lanceerden we B Active, een driejarig programma dat de kracht van sport en beweging gebruikte om carrièrepaden uit te wijzen en het leven van 16- tot 24-jarigen in gemeenschappen die dat het meest nodig hebben positief te beïnvloeden. Het programma leverde boeiende resultaten op en hielp meer dan 10.000 jongeren hun vaardigheden te ontwikkelen, waaronder bijna 2.500 die het programma verlieten met een erkende beroepskwalificatie.

Het succes van het programma en de onafhankelijke evaluatie ervan door de Leeds Beckett University bracht een nieuw idee voort. We lanceerden onmiddellijk een vervolprogramma called "Coach the Coaches". Het programma werkt met jongeren die in de economisch meest achtergestelde gebieden van het Verenigd Koninkrijk leven. "Coach the Coaches" heeft tot doel het vertrouwen van jongeren te vergroten en hun kansen op werk te verbeteren door middel van peer-to-peer mentoring in de sport.

Tegelijkertijd lanceerde Lucozade een toonaangevend partnerschap - Unlock Your Potential - met Apprentice Nation, een baanbrekend platform dat de kracht van muziek gebruikt om jonge mensen aan vaardigheden en werk te helpen. De nieuwe samenwerking is bedoeld om jonge mensen met een kansarme achtergrond en uit ondervertegenwoordigde gemeenschappen te helpen een start te maken met hun carrière en het potentieel te ontsluiten waarvan we weten dat ze dat hebben. Lucozade zal mentoren leveren aan het Apprentice Nation platform, evenementen organiseren en stageplaatsen aanbieden bij SBFE.





🔍 **Spotlight op:** Het versterken van gemeenschappen

Tussen 2018 en 2021 heeft B Actief:

 **3.699**  
jongeren geholpen om  
vrijwilligerswerk te doen  
in hun gemeenschap

Bijgedragen aan de ontwikkeling van  
 **10.703**  
jonge volwassenen in vijf  
Britse steden

 **2.312**  
jongeren accreditatie verleend  
voor erkende beroepskwalificaties

 **94%**  
van de deelnemers zei dat B  
Active een positief keerpunt  
in hun leven was geweest

 **74%**  
vond dat ze meer  
carrièrekansen hadden  
door hun deelname



B Active heeft me geholpen om te groeien en te presteren en heeft me de kans gegeven om mijn Sports Leaders Level 2 Award af te ronden, wat mijn inzetbaarheid heeft ontwikkeld en me heeft geïnspireerd tot een carrière in de sport. Het heeft me ook gedisciplineerd, een doel gegeven en me een focus gegeven, weg van negatief gedrag."

Ellie O'Brien, B Active Manchester







# Wijzelf

26 Wijzelf: Inleiding

27 Spotlight op:

Divers, inclusief en flexibel



# Wijzelf

Het creëren van een positieve sociale impact begint bij onze kernactiviteiten en de Suntorianen die ons getalenteerde team vormen. Dit betekent het opbouwen van een cultuur en een werkplek waar onze werknemers steun ervaren, zich kunnen ontwikkelen en zich als deel van het bedrijf voelen. Daardoor ontstaat er een sfeer waarin iedereen zich kan ontplooiën. En we bedoelen iedereen. We staan aan het begin van onze reis naar diversiteit, gelijkheid en inclusie (DE&I), maar nemen concrete en zinvolle stappen om vooruitgang te boeken. Het welzijn en de veiligheid van ons team is een van onze belangrijkste verantwoordelijkheden. We zijn ook verantwoordelijk voor het welzijn van de mensen die in onze toeleveringsketen werken en die de ingrediënten en materialen leveren zonder die ons bedrijf niet kan functioneren. In elk onderdeel van ons bedrijf en in elke fase van onze waardeketen streven wij ernaar een goed en ethisch bedrijf te runnen.



We moedigen iedereen aan om hun beste zelf naar het werk te brengen, en we zijn er bij elke stap om dit te ondersteunen en mogelijk te maken. We geven prioriteit aan de gezondheid en het welzijn van al onze medewerkers, variërend van actieve en fysieke welzijnsprogramma's tot geestelijke gezondheidsondersteuning."

**Catarina Bijlard, Chief Human Resources Director, Suntory Beverage & Food Europe**

In 2020 hebben we een glanzend nieuw digitaal leerplatform uitgerold om ervoor te zorgen dat Suntorianen hun kennis kunnen blijven uitbreiden. MySu is een online en mobiel platform dat meer dan 60.000 cursussen en hulpmiddelen biedt over uiteenlopende onderwerpen als duurzaamheid, datavisualisatie, het opbouwen van veerkracht en het leiden van virtuele vergaderingen. De cursussen zijn beschikbaar in zes talen om echt iedereen de mogelijkheid om te leren te geven.

## Dit doen wij:

- Samenwerken met onze werknemers via onze DE&I Taskforce om **onze DE&I-strategie voor heel SBFE te ontwikkelen en te lanceren**, onder leiding van onze CEO, waarbij in het hele bedrijf al zinvolle actie wordt ondernomen.
- **Flexibel werken** waar dat praktisch mogelijk is, zodat onze medewerkers zelf kunnen bepalen **hoe ze werken en met anderen kunnen samenwerken**. Dit nieuwe SBFE-brede beleid is tot stand gekomen op basis van wat onze werknemers ons hebben verteld dat voor hen belangrijk is in de wereld na de Covid-19 crisis.
- Het ondersteunen en koesteren van het **talent en de loopbaanontwikkeling** van onze werknemers door middel van interne opleidingen, waaronder rolspecifieke vaardigheidsontwikkeling en programma's voor managementontwikkeling. Al onze werknemers zijn ingeschreven in MySu, onze **Suntory University** die opleidingsmogelijkheden biedt voor elk gebied en niveau van het bedrijf.
- Onze werknemers in staat stellen **elke week een dag 'in de gemba'** door te brengen - buiten het kantoor om tijd door te brengen met onze klanten, partners en de gemeenschappen waarin we werken.
- **Meer transparantie in onze toeleveringsketen te creëren** via ons partnerschap met SEDEX, en ervoor zorgen dat de hoge normen inzake arbeidsomstandigheden, lonen en welzijn overal worden nageleefd.
- De transparantie van onze toeleveringsketen gebruiken om **positieve milieu- en sociale resultaten te creëren**, door leveranciers en partners te ondersteunen bij de invoering van hun eigen duurzaamheidsstrategieën en -acties.
- Zorgen voor **hoge gezondheids- en veiligheidsnormen** in al onze productievestigingen.
- Ons bedrijf **ethisch verantwoord runnen en prioriteit geven aan compliance training** voor elke werknemer op alle gebieden die relevant zijn voor hun functie.





# Spotlight op: Divers, inclusief en flexibel

**We kunnen onze visie van “Growing for Good” alleen verwezenlijken als we een diverse en rechtvaardige werkomgeving hebben en een inclusieve werkcultuur waarin iedereen zijn authentieke zelf kan zijn.**

Waarom? Er zijn zoveel redenen waarom. Een meer diverse, rechtvaardige en inclusieve werkomgeving zal ons als gemeenschap beter verbinden, sterker en gelukkiger maken. Het zal het werk dat we doen, de inzichten die we verwerven en de creativiteit waartoe we in staat zijn, verbeteren. Onze werknemers, ons bedrijf en ons merk zullen er baat bij hebben. En we hopen dat het zal bijdragen tot een meer rechtvaardige en inclusieve wereld.

In 2019 zijn we, onder leiding van onze CEO, begonnen met het formaliseren van een DE&I strategie bij SBFE. Dit leidde in 2020 tot de oprichting van een DE&I Taskforce, open voor iedereen en bestaande uit meer dan 70 mensen uit al onze markten en van alle achtergronden. Deze groep deelde hun ervaringen, hun inzicht en hun begrip van zowel de kwesties die centraal staan bij DE&I als onze dagelijkse activiteiten. In samenwerking met deze groep en externe DE&I-experts hebben wij in 2021 onze SBFE DE&I-strategie gelanceerd.

Het is bemoedigend om de positieve feedback te zien die we van de Taskforce en het bredere bedrijfsleven hebben gekregen. We bevinden ons echter nog in de beginfase van ons DE&I-werk. Om vooruitgang te blijven boeken, blijven wij luisteren, actie ondernemen, herhalen en samenwerken met anderen om een meer inclusieve ervaring en eerlijkere resultaten te creëren voor iedereen die bij ons bedrijf betrokken is.





## Spotlight on: Divers, inclusief en flexibel

### Onze DE&I-acties tot nu toe omvatten:



Een luisteroefening houden om de ervaringen **van onze werknemers te horen** en deze te verwerken in onze strategieontwikkeling



Enkele van onze belangrijkste personeelsbeleidslijnen in het **VK bijwerken met een DE&I-lens**



Regelmatige **communicatie voor het hele bedrijf** over DE&I, inclusief gastredactie door interne deskundigen



Ontwikkeling van een **DE&I-opleidingsmodule voor het hele bedrijf**, die later dit jaar wordt gelanceerd



Oprichting van een open, bedrijfsbrede **DE&I Taskforce**



Ontwikkeling van een **DE&I-missie en -visie**



**DE&I-training** met onze SBFE Excom en met ons aanwervingsteam



Lancering van onze **SBFE DE&I-strategie**



Deel uitmaken van de SBFE DE&I Taskforce is een stimulerende ervaring geweest. De afgelopen twee jaar is onze stem gehoord en hebben we kunnen bijdragen aan de actie die SBFE onderneemt op het gebied van diversiteit, gelijkheid en inclusie. Niemand van ons heeft alle antwoorden, maar samen doen we ons best om een positieve impact te hebben op het leven van onze collega's en de bredere gemeenschap."

**Laia Gomez Valle, R&D Portfolio Manager en lid van de DE&I Taskforce**





🔍 **Spotlight on:** Divers, inclusief en flexibel

## Onze Suntory Beverage & Food DE&I missieverklaring

### Wat

DE&I gaat over de samenstelling van ons personeelsbestand en de supply chain, de ervaring die mensen hebben binnen onze organisatie en de manier waarop onze merken opereren in de samenleving, innoveren en communiceren. Geïnspireerd door onze “Founders Attributes” is het onze missie om een bedrijf te creëren waar iedereen welkom is, eerlijk wordt behandeld, deel uitmaakt van onze gemeenschap en wordt ondersteund om te gedijen.

### Waarom

Een meer diverse, rechtvaardige en inclusieve werkomgeving zal ons als gemeenschap beter verbinden, sterker en gelukkiger maken. Onze werknemers, ons bedrijf en ons merk zullen er baat bij hebben. En we hopen dat het zal bijdragen tot een meer rechtvaardige en inclusieve wereld.

### Hoe

Met bescheiden vastberadenheid zullen we werken aan een meer diverse, rechtvaardige en inclusieve organisatie - dit is een verbintenis die we aangaan met onze medewerkers en partners, voor de lange termijn. We zullen authentiek zijn, luisteren, actie ondernemen, herhalen en samenwerken met anderen om een meer inclusieve ervaring en eerlijkere resultaten te creëren voor iedereen die bij ons bedrijf is betrokken.


Onze actie omvat het geven van training, het vernieuwen van ons beleid en het bieden van ruimte en ondersteuning aan onze medewerkers om bij te dragen aan onze gedeelde agenda. Ook zullen we onze verwachtingen en onze toezeggingen als organisatie duidelijk maken voor iedereen, zodat we samen verder kunnen.





**Vooruit  
kijken**





Dit basisrapport is bedoeld om een aantal van de belangrijkste duurzaamheidsacties en toezeggingen die we de afgelopen vijf jaar bij SBFE hebben gedaan op één plek samen te brengen. Het is het eerste openbare document dat onze duurzaamheidsstrategie formaliseert en een update geeft van onze vooruitgang. Maar er staat ons nog veel meer te wachten.

Ten eerste zal er veel meer actie worden ondernomen, voortbouwend op de stappen die we hebben genomen om dit punt te bereiken. We hebben ambitieuze doelstellingen en we zijn vastbesloten om deze te bereiken. Al onze markten boeken aanzienlijke vooruitgang en ons geweldige SBFE-team is gepassioneerd om te blijven demonstreren hoe “Growing for Good” een toonaangevend bedrijfsmodel is voor winstgevende en duurzame groei.

Ten tweede zullen wij veel verder gaan op het gebied van rapportage en transparantie. In 2023 zullen wij ons eerste volledige duurzaamheidsrapport publiceren, met gedetailleerde informatie over al onze belangrijke duurzaamheidskwesities. Dit verslag zal een maatstaf zijn voor onze vooruitgang en ons verantwoordelijk maken voor het behalen van onze toezeggingen en doelstellingen. Het proces van gegevensverzameling voor dit verslag is al begonnen en we zijn verheugd het volgend jaar met u te kunnen delen.

Ten slotte zullen wij de grenzen verleggen om nog verder te gaan met onze toezeggingen. Zo hebben we verschillende duurzaamheidsdoelstellingen aangescherpt om ze nog ambitieuzer te maken, zoals het verhogen van onze doelstelling voor watervermindering van 15% naar 20% en het ambitieuzer maken van onze doelstellingen voor broeikasgassen in lijn met de aanpassing van de IPCC-doelstelling naar 1,5 graden. We zullen blijven zoeken naar nieuwe oplossingen, zoals we hebben gedaan met onze investering in het duurzame plastic van Carbios, en duurzame kansen grijpen waar we maar kunnen. Dat is de “Growing for Good”-manier; de manier waarop wij bij SBFE zaken doen.

*Als u meer wilt weten over wat wij doen om duurzame verandering te stimuleren en onze vooruitgang en toekomstplannen wilt volgen, ga dan naar <https://www.suntorybeverageandfood-europe.com/en-GB/sbfe/sustainability/>*



# Cijfers in één oogopslag

## Onze dranken

### Suiker vermindering

#### Doel

De hoeveelheid toegevoegde suiker in onze dranken tegen 2025 met **35%** verminderen

#### Vooruitgang

**23%** vermindering

## Onze grondstoffen

### Uitstoot van broeikasgassen

#### Doel

De hoeveelheid Scope 1- en Scope 2-emissies tegen 2030 met **50%** verminderen

#### Vooruitgang

**22%** vermindering

De hoeveelheid Scope 3-emissies tegen 2030 met **30%** verminderen

**16%** vermindering

### Waterverbruik

#### Doel

Het waterverbruik in onze directe activiteiten met **20%** verminderen in 2030.

#### Vooruitgang

**12%** vermindering

### Plastic en verpakking

#### Doel

**100%** duurzame verpakkingen tegen 2030

#### Vooruitgang

**100%** recycleerbare verpakkingen tegen 2025

Gemiddeld **77%** recyclebaar

Minimaal **50%** gerecycled plastic in onze flessen tegen 2025

Gemiddeld **18%** gerecycled plastic



**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD EUROPE

