

04 Milieu

De sociale en milieu-impact die een klimaatopwarming van 2° C of meer zou hebben (massamigratie, voedselcrisissen, water- en energietekorten, maatschappelijke onrust, conflicten) is onverenigbaar met de missie van Sodexo om de levenskwaliteit te verbeteren.

Milieubehoud en een stabiel leefklimaat zijn dan ook mondiale doelen die we helpen bewerkstelligen. We willen een actieve partner zijn om dergelijke scenario's tegen te gaan. Een partner die het voortouw neemt door verantwoorde diensten aan te bieden.

We stelden een wetenschappelijk actieplan op, gevalideerd volgens SBTi* wetenschappelijke aanpak, dat als doel heeft om de klimaatopwar-



ming onder de 1,5°C te houden. Voedselverspilling vermijden, een voedingspatroon gebaseerd op plantaardige eiwitten, een verantwoord energiebeheer en het promoten van de korte keten zijn doelstellingen die we delen met onze klanten. Sodexo België draagt ook aanzienlijk bij aan het wereldwijde engagement van de Sodexo Group én de ambitieuze doelstellingen van de Green Deal in Europa, om het eerste CO2-neutrale continent te worden tegen 2050.

Ons doel: onze netto **CO2-voetafdruk op het hoofdkantoor terugdringen van 50% in 2025 tot 70% in 2030** en bij uitbreiding op al onze sites. Deze reductie zal gepaard gaan met een compensatie van resterende emissies. **Zo behouden we onze officiële CO2-neutrale erkenning die we in 2018 behaalden.** Concreet steunt ons klimaatactieplan op 5 pijlers:

Koolstof voetafdruk
Sodexo België

2020

68.100 tCO₂e
+ carbon-neutraliteit

Doelstelling 2025

-50%
netto vermindering
+ uitbreiding van
carbon-neutraliteit

Pijler #1

De strijd tegen voedselverspilling

Als voedselverspilling een land was, zou het de op twee na grootste uitstoter van broeikasgassen zijn, na de Verenigde Staten en China. Een derde van de wereldwijde voedselproductie wordt weggegooid. En dat terwijl 870 miljoen mensen honger leiden op deze planeet. De strijd tegen voedselverspilling is een essentieel doel om onze CO2-voetafdruk te verkleinen. Dat doen we via Waste Watch ondersteund door de digitale partner Leanpath.

Dit programma gebruikt elektronische weegschalen die zijn aangesloten op tablets in

de keuken. Elke dag wegen onze medewerkers wat er op het bord van onze klanten is achtergebleven én registeren dat volgens voedseltype. Ze analyseren ook wat te veel werd geproduceerd. Elke sitemanager ontvangt wekelijks een analyse met het gewicht en de financiële waarde van wat er werd weggegooid. Met deze informatie ondernemen we actie en bewerkstelligen we gedragsveranderingen die voedselverspilling moet voorkomen – of het nu gaat om overproductie of het eten dat wordt weggegooid door consumenten.

Dit programma wordt al op een 15-tal sites toegepast. Het dringt de voedselverspilling gemiddeld met 36% terug – dat is 160.000 kg voedsel op 14 maanden tijd! Er zijn 175 extra sites ingepland voor 2020, ondanks de impact van COVID-19. Het is ons doel om alle sites in te schakelen in het Waste Watch by Leanpath-programma, om zo de **voedselverspilling met 50% te verminderen tegen 2022**.

Vermindering van voedselverspilling

2020

-36%

Doelstelling 2022

-50%

WASTE WATCH  POWERED BY  Leanpath

Elk jaar organiseert Sodexo ook de WasteLESS Week, een engagementscampagne om werknemers, klanten en consumenten bewust te maken van de milieukost van afval.

Pijler #2

Een voedingspatroon op basis van plantaardige eiwitten stimuleren

Volgens de Voedsel- en Landbouworganisatie van de VN (FAO) is de veehouderij verantwoordelijk voor 14,5% van alle uitstoot die verband houdt met klimaatverandering. Dat is bijna 7 keer meer dan de wereldwijde luchtvaart. We willen de milieuvoordelen en gezondheidsvoordelen van plantaardige maaltijden in de kijker zetten. Daarom ontwikkelden we concepten zoals Love of Food en Mindful.

Het Mindful-concept

Mindful is een wereldwijd initiatief rond voeding en welzijn dat gericht is op onze consumenten en bij uitbreiding de hele maatschappij via de Mindful website, **die recepten met een lage CO₂-afdruk en Nutriscore A**, advies over een gezonde levensstijl, sportieve of ludieke uitdagingen en veel meer aanbiedt.

« Het doel is duidelijk: het grote publiek laten zien dat we geven om de gezondheid en het welzijn van iedereen », zegt Kathleen Ervinckx, Nutrition Expert & Service Developer-Food Platform.





LOVE OF FOOD

Onze chef-koks zijn gepassioneerd door hoogwaardige producten en besteden bijzonder veel aandacht aan de manier waarop ze die bereiden. Deze passie delen ze nu als de Love of Food. Die legt de nadruk op duurzame voeding, talentontwikkeling, innovatie en groei. Ze ontwikkelden 200 nieuwe recepten op basis van plantaardige eiwitten. De recepten bevatten de 50 voedingsmiddelen uit het Future 50-rapport van het WWF. Het zijn ingrediënten die zowel gezond, lekker, toegankelijk én milieuvriendelijk zijn. Het concept werd ontwikkeld in samenwerking met Unilever Food Services.

Sodexo is bovendien een belangrijke partner van EVA* en hun Donderdag Veggiedag-campagne. Meer dan 100 van onze sites nemen actief deel aan bewustmakingscampagnes en bieden maaltijden aan op basis van plantaardige eiwitten. Sommige restaurants – zoals dat in het Vlaams Parlement – bieden zelfs elke dag een alternatief op basis van plantaardige eiwitten aan.

The logo for EVA, featuring the word "eva" in a lowercase, green, sans-serif font. A small green leaf icon is positioned above the letter 'v'.

The logo for "jeudi Veggie", featuring the word "jeudi" in a small, green, sans-serif font above the word "Veggie" in a larger, bold, green, sans-serif font. A small green leaf icon is positioned above the letter 'j'.

Tegen 2020 bieden al onze restaurants minimum wekelijks één vegetarisch alternatief aan. In 2021 moet dat vegetarische alternatief zelfs dagelijks op het menu staan.

*EVA vzw, een non-profit organisatie die vegetarische maaltijden promoot

Pijler #3

Het aanmoedigen van innovatieve energie-oplossingen

Het is van levensbelang om duurzame energie te promoten en betere praktijken in te voeren rond energiebeheer. We werken samen met onze klanten aan het terugdringen van het energieverbruik én aan zuinig waterverbruik op de sites die we beheren.

Op drie jaar tijd slaagde Sodexo erin om het energieverbruik van zijn hoofdkantoor terug te brengen met 32%. Het doel: nog eens 11% beter doen tegen 2025. Bovendien kopen we reeds voor 100% groene stroom in.

Sodexo België is al ISO 14001-gecertificeerd voor milieumanagement. Sinds mei 2020 behaalden we ook de ISO 50001-norm voor onze methodische aanpak rond energiebeheer.

Onze expertise rond energiebeheer staat buiten kijf. We stellen die expertise ook ter beschikking van andere bedrijven die hun energiefactuur en CO₂-afdruk willen verkleinen. We helpen hen om een grondige analyse uit te voeren van hun verbruik, in overeenstemming met de striktste regels en standaarden. Na die analyse doen we aanbevelingen rond het installeren van technieken gebaseerd op artificiële intelligentie.

Het resultaat? Een afname van 35% van het energieverbruik en de CO₂-afdruk bij onze klant Canon bijvoorbeeld, en een vermindering van 32% voor onze maatschappelijke zetel.

Vermindering van energetische consumptie

2020

32%

Doelstelling 2025

43%

Hernieuwbare energie

100%

Pijler #4

Hechtere samenwerking met lokale kmo's en verantwoord inkopen

Sodexo steunt lokale kmo's die duurzame landbouw hoog in het vaandel dragen. Het verminderen van de transportafstand van producten doet bovendien de CO2-emissie van de logistieke keten dalen. In 2018 investeerde Sodexo meer dan 5,3 miljard euro aan steun voor lokale kmo's. We willen deze oefening nog eens overdoen in 2025, met een investering van 10 miljard.

50% van onze voedingsproducten zijn afkomstig uit België. Sodexo heeft nauwe samenwerkingen uitgebouwd met een honderdtal kleine, regionale producenten in de korte keten. Vanaf 2022 willen

we dat aandeel laten groeien tot 70% voedingsproducten van Belgische oorsprong, waarvan 100% Belgisch langzaam groeiende vleeskuikens en 100% verse seizoenfruit en -groenten.

We willen ook de CO2-emissies die worden veroorzaakt door de producten die we gebruiken, verder terugdringen. Daarvoor werken we samen met het WWF (onze partner in ecologische vraagstukken sinds 2010) en onze leveranciers. We namen daarnaast al de formele beslissing om geen exotisch vlees (zoals kangoeroe, bizon) meer te serveren in onze restaurants, dit bovenop de 7 engagementen rond dierenwelzijn die wij reeds sinds 2007 invoeren.

Vis duurzame visserijpraktijken (in overeenstemming met rode en oranje lijsten)

Sinds 2015

100%

Vis gecertificeerd als gevangen volgens duurzame praktijken (MSC of ASC)

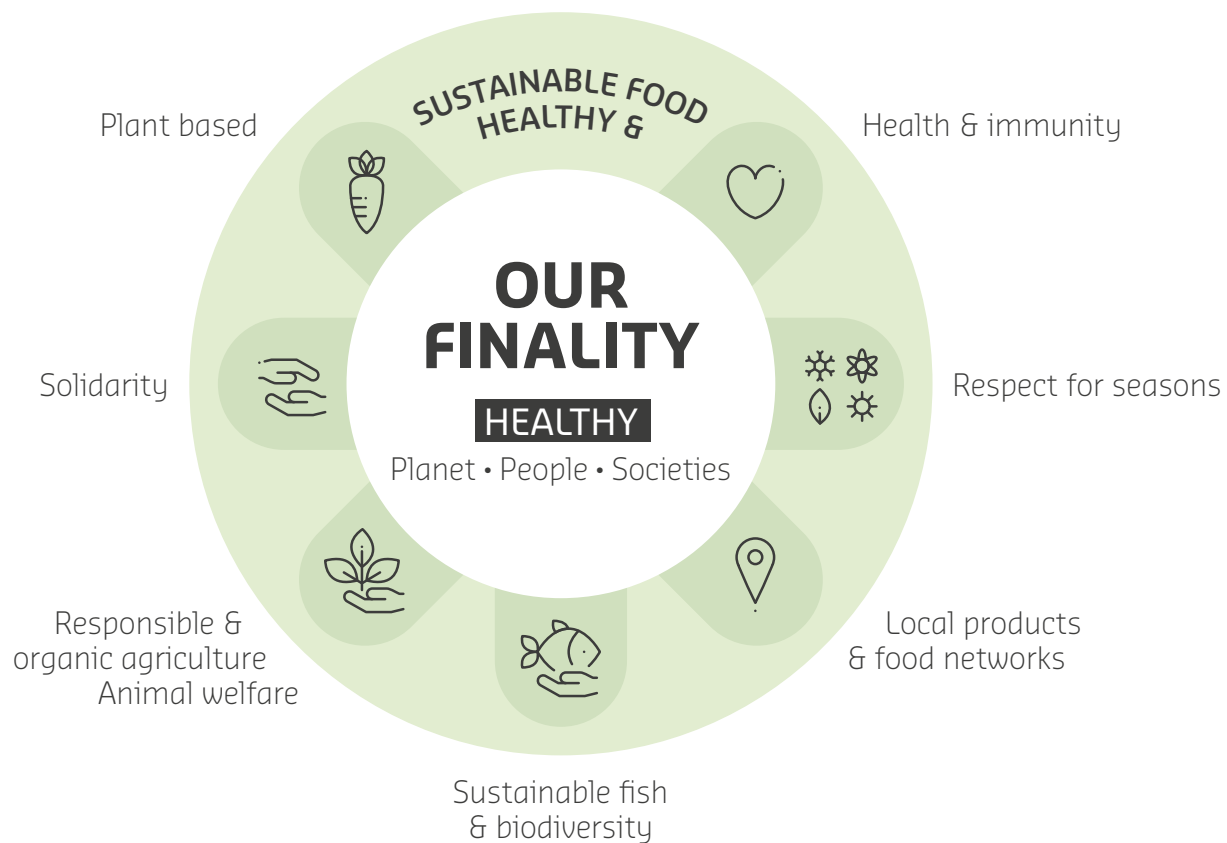
2020

62%

Fruit en groenten gecertificeerd vanaf biologische landbouw

2020

2,8%



Voedingsproducten van oorsprong uit België

2020 **50%** Doelstelling 2022 **70%**

100% van de vis die wordt geserveerd is afkomstig van duurzame visvangst. 100% van de eieren is afkomstig van scharrelkippen waarvan 70% vrije uitloop. Onze menu's bevatten geen varkensvlees van dieren die levend gecasteerd worden. Ganzenlever staat niet meer op het menu.

En dat zijn maar een paar voorbeelden van de **7 principes voor een gezonde en duurzame voeding die we hanteren in al onze restaurants.**

+ Pijler #5

Voorrang geven aan de circulaire economie en zero plastics

We streven naar een circulaire economie. Dat betekent dat we de waarde van producten en materialen zo lang mogelijk willen behouden. Dat principe is het tegenovergestelde van een lineaire economie, die gebaseerd is op grondstofdelving, productie, consumptie en wegwerpen. We zetten in op een economisch model zonder negatieve impact op de planeet. En zelfs – als we mogen dromen – op een model dat een positieve impact heeft. Om dat te bereiken, halen we inspiratie bij circulaire bedrijven en startups.

Mission ZERO Waste

We zijn ambitieus en engageren ons om alle vermijdbaar afval te elimineren tegen 2022. Daarvoor hanteren we een participatieve, inclusieve aanpak in samenwerking met onze medewerkers, klanten en consumenten. Onze Zero Waste-doelstelling is gebaseerd op drie prioriteiten: het gebruik van plastics voor éénmalig gebruik terugdringen, onze voedselverspilling met 50% verminderen en al het afval maximaal sorteren en recycleren.

Op weg naar ZERO plastic

Sodexo wil het gebruik van plastic voor éénmalig gebruik verbieden tegen 2025, op al onze sites wereldwijd. In België schakelen we een versnelling

hogere: sinds 2019 werden we plastic verpakkingen voor éénmalig gebruik én wegwerpartikelen geleidelijk uit onze restaurants. Deze operatie zal op al onze sites afgerond worden in 2021, te beginnen met roerstaafjes, rietjes en plastic zakken. We bieden voor elk van deze producten een duurzame oplossing – steeds herbruikbaar en recyclebaar. Hiervoor werkt Sodexo nauw samen met startups om innovatieve oplossingen te vinden in de circulaire economie.

Drie van onze restaurants zijn vandaag al volledig zero plasticsplasticvrij, – en daar zijn we trots op.

De COVID-19-pandemie onthult de gevolgen van de klimaatcrisis en het verminderde biodiversiteit

De vernietiging van ecosystemen, het verlies van biodiversiteit en de overconsumptie van dieren (zoals sommige wilde diersoorten) zijn factoren die bijdragen tot de verspreiding van nieuwe ziekten. De COVID-19-pandemie heeft dat aangetoond en stelt de veerkracht van onze samenleving sterk op de proef.

Ze onthult ook de moeilijkheden die we ervaren om ons voor te bereiden op een crisis van dergelijke omvang. De gevolgen van de klimaatverandering op korte termijn vereisen echter net een snelle reactie op grootschalige gebeurtenissen, zoals hittegolven en watertekorten.

Veerkracht op lokaal niveau brengt een betere bescherming van de natuur met zich mee, zodat we gebruik kunnen blijven maken van de ecosystemendiensten die ze levert, zoals water en andere natuurlijke bronnen. Die zijn immers cruciaal voor ons welzijn en onze economische activiteiten. Daarom is het zo belangrijk om lokale producenten te ondersteunen, gezond te eten, lokale werkgelegenheid te creëren en ecosystemen te respecteren én te herstellen.

