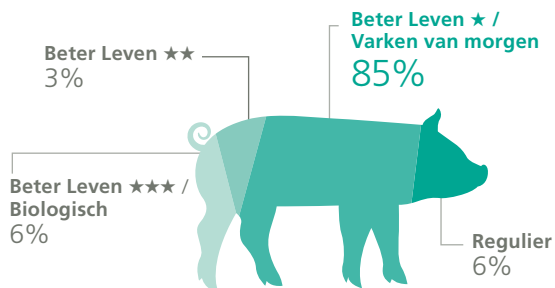
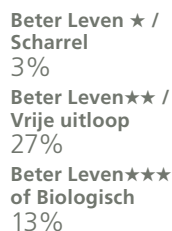


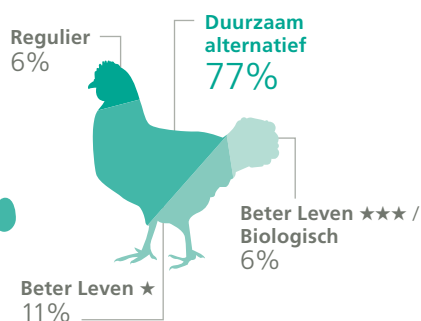
## Varkensvlees



## Scharrel

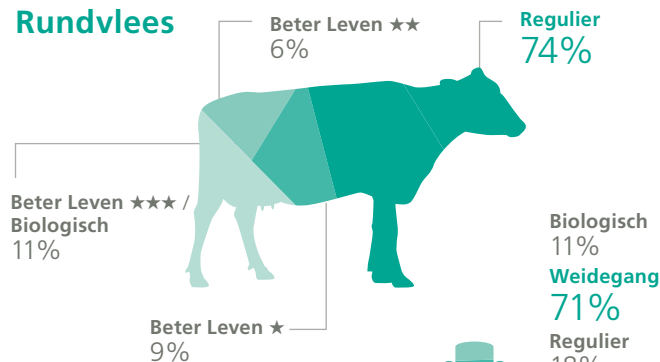


## Kippenvlees

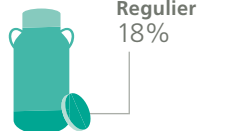


## Eieren

## Rundvlees



## Zuivel

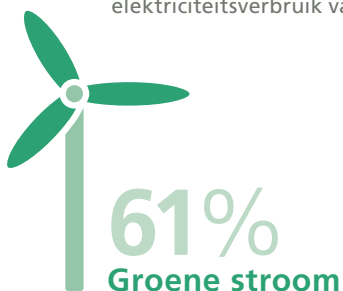


## 300.000 Auto's CO2-reductie

In 2020 willen de retailers 20% efficiënter omgaan met energie in de winkels (gas, elektriciteit en warmte) ten opzichte van 2010. Elk jaar wordt de efficiëntie met minimaal 2% verbeterd. Sinds 1995 is 515.000.000 kg minder CO<sub>2</sub> uitgestoten, een verbetering van 31%. Dit staat gelijk aan de jaarlijkse CO<sub>2</sub>-uitstoot van 300.000 auto's.

## 14.000 Huishoudens Absolute energiebesparing

Jaarlijks wordt ook de absolute energiebesparing gemeten. Tussen 2014 en 2015 is 50.295.327 kWh aan energie bespaard. Dat staat gelijk aan het elektriciteitsverbruik van ruim 14.000 huishoudens.



In 2015 was het aandeel groene stroom 61% van het totale energieverbruik. De branche heeft de ambitie om dit verder te laten stijgen.

## Samenwerking Voedselbank

Bijna alle supermarkten werken samen met de voedselbank. Zo helpen ze mensen die het nodig hebben en gaan ze tegelijkertijd voedselverspilling tegen.

## 5% Voedselverspilling

De Europese Commissie schat in dat ongeveer 5% van de totale voedselverspilling in de keten bij de supermarkt ligt. 14% ligt bij de horeca, 39% bij de producent en 42% bij de consument.

## Koffie



## Thee



## Gecertificeerd; UTZ, Fair Trade of Rainforest Alliance



## Soja



## Palmolie



## Biologische groei



De omzet van biologische producten (huiskamer en A-merk) in de Nederlandse supermarkt is sinds 2005 verdrievoudigd en ligt in 2014 op ruim 550 miljoen euro.

## Hoe duurzaam is de Nederlandse supermarkt?

Veel consumenten vragen zich dit af. Daarom heeft het CBL onderzoek\* laten doen naar de **duurzaamheid** van het assortiment en van de bedrijfsvoering van de Nederlandse supermarkten. Dit drieluik toont de belangrijkste resultaten, het aantal producten op het schap is hierbij bepalend geweest. Deze zijn gebaseerd op **openbare data** en geven een inschatting van de situatie in maart 2016.

Voor het bepalen van de duurzaamheid van het assortiment richtte het onderzoek zich op het aantal **huismerkproducten** met een keurmerk, omdat dit een zichtbare indicator is. Ook achter de schermen werken retailers in samenwerkingsverbanden en met eigen initiatieven aan verduurzaming. Dit is in dit onderzoek niet meegenomen.

Deze resultaten passen binnen het inzichtelijk maken van de **maatschappelijke waarde** van de Nederlandse supermarkt. Het CBL heeft hiervoor een aantal pijlers geïdentificeerd. Naast duurzaamheid zijn dit: economische waarde, gezondheid, lokale betrokkenheid en werkgeverschap.

[www.cbl.nl/duurzaamheid](http://www.cbl.nl/duurzaamheid)

### Centraal Bureau Levensmiddelenhandel

Bezoekadres: Overgoo 13  
Postbus 262  
2260 AG Leidschendam

[info@cbl.nl](mailto:info@cbl.nl)  
[www.cbl.nl](http://www.cbl.nl)

# Hoe duurzaam is de Nederlandse supermarkt?

\* Uitgevoerd door:  **Schuttelaar & partners**

