



Burg
GROUP

*Your specialist in natural
vinegar and syrups*

Duurzaamheidsverslag 2021

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen



April 2022



Inhoudsopgave

1/	CEO Voorwoord	4
2/	Hoogtepunten van 2021	5
3/	Over Burg Group	6
4/	Onze strategie	7
5/	Onze medewerkers	8
6/	100% circulair	10
7/	100% CO ₂ -neutraal	11
8/	100% verantwoorde producten	13
9/	100% verantwoorde verpakkingen	14
10/	Onze partners	16
11/	Bestuur en rapportage	17



1 / CEO voorwoord

Graag vertel ik over onze mooie producten, de natuurazijn met al haar toepassingen en lekkere siropen met zoveel verschillende smaken. Nog liever vertel ik over de wijze waarop wij deze producten produceren, met veel aandacht voor mens en milieu. Ook vertel ik graag over de reis die wij als organisatie maken waarin wij steeds willen verbeteren. Ik ben dan ook blij dat we nu voor het eerst een openbaar duurzaamheidsverslag publiceren. Hierin staan de mooie reisverhalen van onze vestigingen en heldere cijfers over hoe we presteren en waar we naar toe willen in de toekomst. Als familiebedrijf zit het in onze genen om verder vooruit te kijken en bewust bezig te zijn met onze toekomst.

In het afgelopen jaar werd de urgentie van klimaatverandering steeds duidelijker, met het rapport van de Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), de United Nations Climate Change Conference (COP26) en door de extreme weersomstandigheden. Wij vinden het belangrijk ons steentje bij te dragen en werken er daarom hard aan om onze productie CO₂-neutraal te maken. Mede dankzij de grote verbouwing van onze fabriek in Heerhugowaard hebben we ons elektriciteitsverbruik sinds 2016 al met 21% gereduceerd (per geproduceerde liter product). Daarnaast hebben we in 2021 steeds meer van onze energiecontracten omgezet naar elektriciteit uit hernieuwbare bronnen.

In onze visie wordt de wereld gezonder, smaakvoller of schoner van Burg natuurazijn en siroop. De vier pilaren van ons duurzaamheidsbeleid vormen daarbij een belangrijke leidraad: 100% circulair, CO₂-neutraal, verantwoorde producten en verantwoorde verpakkingen. In 2016 gaven we ons duurzaamheidsbeleid vorm en in de afgelopen jaren hebben we deze steeds verder ingebed in de organisatie. Ik ben blij dat we met dit verslag kunnen laten zien waar we staan op onze duurzaamheidsreis en waar wij tegen hindernissen oplopen. Zo is het moeilijker gebleken om een weggooiwijzer op alle etiketten te plaatsen, omdat niet al onze klanten hier achter staan of vanwege ruimtegebrek op de labels.

De komende jaren wordt gewerkt aan het verder professionaliseren van onze organisatie en onze activiteiten ten aanzien van duurzaamheid. Dit doen we door onze doelen nog steviger te verankeren in dagelijkse processen en data rapportage verder te verbeteren. We gaan analyses uitvoeren op ons afval met het doel dit verder te verlagen of beter te scheiden, meer sturen op het verbeteren van de duurzaamheidsprestaties van onze leveranciers en nog meer gerecycled materiaal gebruiken voor onze verpakkingen. In onze reis vinden wij het belangrijk dat wij onze stappen gebalanceerd en samen zetten. Wij willen ons blijven ontwikkelen, keuzes maken en verantwoordelijkheid nemen, zodat wij met onze producten en als bedrijf niet alleen commercieel succesvol, maar juist ook van maatschappelijke waarde zijn!

Patricia Surendonk
CEO Burg Group



2 / Hoogtepunten 2021

Medewerkers



HR aanwezig op alle vestigingen

De tevredenheidsscore van onze medewerkers was

7,6

Veiligheidsindex

1,7

Circulair

Alle vestigingen hebben een waste roadmap gemaakt

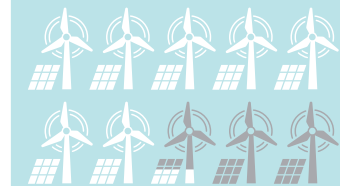


Afval p/l
-41%
vergeleken met 2019



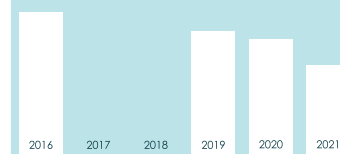
Nieuwe afvalverwerker in Frankrijk

CO₂



72%

van onze elektriciteit komt van hernieuwbare bronnen



Electriciteit gereduceerd met

21% p/l

Producten



95%

Leveranciers erkent onze gedragscode

Risicoanalyse-tool voor leveranciers ontwikkeld



Verpakkingen



83% kan gerecycled worden



23%

rPET gebruikt voor eigen merk verpakkingen

Commercie



>350 mln

liters geproduceerd



Meer dan

€100 mln

omzet in 2021

3 / Over Burg Group

Het was 1947 toen in Alkmaar een luis in de pels van de azijnindustrie druk bezig was zichzelf te profileren. Cees Bakker had in dat jaar de azijnfabriek Groenland en Zn. overgenomen en veranderde de naam in firma De Burg. In de decennia die volgden kende het bedrijf een onstuimige groei die resulteerde in de huidige productielocaties:

- Burg Azijn (NL)
- Burg Siroop (NL)
- Burg Vinegar Belgium (BE)
- Burg Vinaigre France (FR)
- Burg Ocet (CZ)
- Burg Essig (DE)

Op deze 6 locaties produceert Burg Groep B.V. (hierna: Burg Group) voedingsazijn, schoonmaakazijn en vruchtenlimonadesiroopen. In 2021 werd meer dan 350 miljoen liter natuuraazijn, natuuraazijn gerelateerde producten en siroop geproduceerd.

Met onze consumentenproducten bedienen wij meer dan 30 landen wereldwijd, met name de private label markt, maar wij hebben ook producten onder onze eigen (merk)namen.

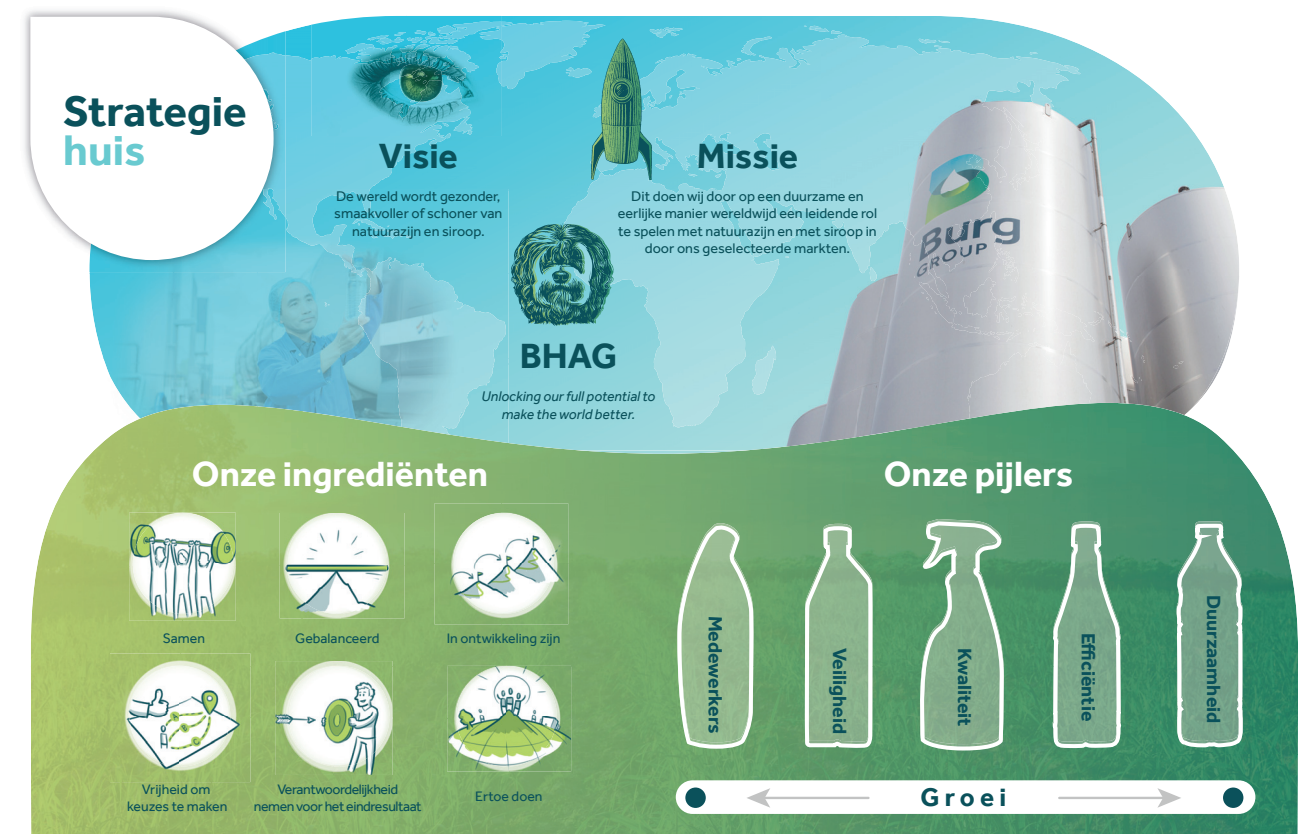
Momenteel is de derde generatie van de familie Bakker mede-eigenaar.



4 / Onze strategie

Aan de basis van het denken en handelen binnen Burg Group staan onze **visie**, **missie** en **BHAG**¹. In de visie van Burg Group wordt de wereld gezonder, smaakvoller of schoner van onze natuuraazijn en siroop. Daarnaast streven wij naar een schone erfenis, door op een duurzame en eerlijke manier wereldwijd een leidende rol te spelen in door ons geselecteerde markten.

We werken volgens de 6 ingrediënten van onze bedrijfscultuur en meten resultaten aan de hand van de 6 strategische pijlers van onze *balanced score card*. Samen vormen zij het strategiehuis, waar duurzaamheid in valt.



Binnen onze pijler Duurzaamheid werken we aan 4 pilaren: circulair, CO₂-neutraal, verantwoorde producten en verantwoorde verpakkingen. Dit duurzaamheidsbeleid is in 2016 vastgesteld. In 2021 zijn onze duurzaamheidspilaren en onderliggende doelstellingen herijkt en aangepast. Zo voldoen we beter aan de verwachtingen van belanghebbenden en is onze verpakingsstrategie beter geborgd. Pilaar 3 richt zich nu op duurzame producten over de gehele productieketen en pilaar 4 bevat al onze doelstellingen op verpakkingen.



¹ Big Hairy Audacious Goal is onze stip op de horizon.

5 / Onze medewerkers

We zijn trots op onze medewerkers, waarvan sommigen al meer dan 40 jaar bij Burg Group werken. Ondanks de sterke groei en professionaliseringsslag van de organisatie, is het gevoel van het familiebedrijf niet verdwenen en blijft aandacht voor onze medewerkers belangrijk.

Wij willen een goede werkgever zijn met aandacht voor sfeer, opleiding, veiligheid, kwaliteit en vitaliteit. Onze People Strategy richt zich op 5 thema's die helpen de inhoudelijke doelen van onze strategie te behalen.

Onze doelen zijn:

- Organisatie validatie: jaarlijkse validatie per afdeling
- Team ontwikkeling: team performance op gewenst/omschreven niveau
- Ontwikkeling: Persoonlijk Ontwikkel Plan (POP) opgesteld per medewerker
- Cultuur en leiderschap: de cultuur draagt bij aan de organisatie doelstellingen
- Employee Journey: Burg Group staat bekend als een aantrekkelijke werkgever.



² Onder lokaal management verstaan wij de management teams van onze vestigingen.

1. Organisatie(structuur) is gevalideerd op toekomstbestendigheid en hiaten. HR is nu aanwezig op al onze vestigingen, waardoor meer ondersteuning en lokale expertise is toegevoegd voor managers en medewerkers. Functiebeschrijvingen zijn veranderd van taak- naar verantwoordelijkheidsgericht, waardoor medewerkers meer autonomie en vrijheid in handelen krijgen. Komend jaar zullen we de laatste fase van de structuur wijziging gaan doorvoeren.

2. Teamontwikkeling richt zich op de verandering van traditioneel aangestuurde teams naar teams die verantwoordelijkheid krijgen om proactief verbeterlagen aan te brengen. Onze HR-medewerkers zijn getraind om ondersteuning te bieden in deze teamontwikkeling. We sturen erop om in 2022 een volgende fase van groei te realiseren binnen de betrokken teams.

3. Persoonlijke ontwikkeling is met name op het gebied van veiligheid (bewustzijn), feedback en cultuurtraining voor alle medewerkers op de agenda gezet in 2021. Deze stappen hangen samen met zowel onze veiligheidsdoelstellingen als met de ontwikkeling van onze mensen op het gebied van samenwerking, verantwoordelijkheden pakken en de vrijheid om keuzes te (durven) maken. Wij gaan nu passend opleidings- en ontwikkelbeleid ontwikkelen.

4. Cultuur en leiderschapsontwikkeling is van cruciaal belang om onze medewerkers het werkplezier, de energie en samenwerkingsverbanden te bieden om met elkaar verder te komen, doelen te behalen en door te ontwikkelen. Wij willen ertoe doen als individu en samen. Zowel onze bedrijfscultuur als leiderschapsontwikkeling voegen hier grote waarden toe. De managementteams, van de directie tot en met het lokaal management², hebben dit jaar hard gewerkt met externe experts om hun leiderschap naar een hoger niveau te brengen en de teams en onze mensen nog meer tot hun recht te laten komen. In 2022 gaan wij verder met de leiderschapsontwikkeling en het uitdragen van onze ingrediënten (interne waarden).

5. Employee Journey is de ervaring van de medewerker met onze organisatie. Wij vinden het belangrijk dat een (ex) werknemer Burg Group ervaart als een goede werkgever met oog voor gezondheid, veiligheid en eerlijke kansen, van de oriëntatiefase tot na eventuele uitdiensttreding. Daarnaast is het van belang dat medewerkers een prettige, informele werksfeer ervaren. En dat ondernemerschap en het benutten van de (creatieve) vrijheid om waarde toe te voegen wordt toegejuicht. Wij gaan ons hierbij de komende tijd richten op het recruitmentproces en borgen van een goed onboarding-traject voor nieuwe medewerkers.

Over onze medewerkers

	2019	2020	2021
Samenstelling managementteam, naar geslacht	25% vrouw, 75% man	25% vrouw, 75% man	25% vrouw, 75% man
Samenstelling Raad van Commissarissen	0% vrouw, 100% man	0% vrouw, 100% man	0% vrouw, 100% man
Samenstelling algemeen management	Geen informatie beschikbaar	17% vrouw, 83% man	17% vrouw, 83% man
Samenstelling algemeen management, naar leeftijd	Geen informatie beschikbaar	4%: 20-35 59%: 36-50 37%: >50	5%: 20-35 51%: 36-50 44%: >50
Meldingen ontvangen op het gebied van discriminatie/grensoverschrijdend gedrag ³	Geen informatie beschikbaar	4	1

Medewerkertevredenheid

	2019	2020	2021
Percentage deelname	90,9%	83,9%	81,0%
Gemiddelde tevredenheidsscore op een schaal van 1 - 10	7,4	7,6	7,6
Net promotor score (NPS score)	+21,7%	+36,7%	+38,2%

Onze veiligheidssituatie

Wij zien de veiligheid van onze medewerkers als een basisvereiste om verantwoord te kunnen ondernemen en gaan ervanuit dat alle ongevallen voorkomen kunnen worden. Voorkoming van ongelukken en ziekte als gevolg van onze activiteiten en producten is onze prioriteit. In 2020 hebben we een veiligheidsprogramma opgestart. Als onderdeel hiervan hebben we in 2021 onder andere een nieuw rapportagesysteem geïntroduceerd en meer veiligheidstrainingen gegeven. Uit de stijging van het aantal meldingen van onveilige situaties, concluderen wij dat het veiligheidsbewustzijn onder onze medewerkers sterk is gestegen sinds 2018. Daar zijn wij erg blij mee.

	2019	2020	2021
Veiligheidsbewustzijn: aantal geregistreerde onveilige situaties voor zowel veiligheid als milieu	346	388	734
Veiligheidsindex: aantal ongevallen met verzuim per 200 duizend gewerkte uren	0,9	1,7	1,7

³ Alle meldingen op het gebied van discriminatie / grensoverschrijdend gedrag worden serieus genomen en opgevolgd in overeenstemming met onze interne beleidsvoering. Hierbij wordt op een objectieve manier de melding beoordeeld en hierbij hoor- en wederhoor toegepast. Waar nodig worden passende maatregelen getroffen waarbij het uitgangspunt is dat ongewenst gedrag niet geaccepteerd wordt.

6 / 100% circulair



We willen onderdeel zijn van een circulaire economie door 100% hernieuwbare grondstoffen te gebruiken voor onze producten en verpakkingen en niets te verspillen.

Onze doelen zijn:

- 0% restafval in 2025
- 30% afvalreductie in 2035 (ten opzichte van basisjaar 2019)

In 2021 is er veel gedaan om onze doelen te halen. Zo hebben al onze vestigingen een Afval Roadmap gemaakt, hebben ze een analyse gedaan van het restafval en zijn er betere instructies ontwikkeld ten aanzien van afvalscheiding. Hierdoor hebben we ons doel van 30% afvalreductie behaald!

We zien alleen dat het terugbrengen van het restafval moeilijker gaat dan verwacht. Het komende jaar gaan we met leveranciers zitten om minder materiaal binnen te krijgen. En spreken we met onze afvalverwerkers hoe er nog meer van ons afval gerecycled kan worden. Eén project waar we trots op zijn is in Frankrijk:

Nieuwe afvalpartners voor Burg Vinaigre France

In 2021 is kritisch gekeken naar de afvalverwerkers voor onze azijnfabriek in Frankrijk. Op basis daarvan is besloten samen te werken met een nieuwe partij, wiens visie beter aansluit bij onze ambities ten aanzien van afvalvermindering en recycling. De nieuwe afvalverwerker is een koploper in Frankrijk en werkt samen met diverse publieke en private organisaties. Zij kunnen een breed scala aan afval recyclen en hebben een grote focus op innovatie om nog meer materialen te hergebruiken.

Deze nieuwe samenwerking resulteerde in een betere scheiding en verwerking van PET flessen en HDPE verpakkingen, een volume van ongeveer 14 ton over 2021. Omdat de afvalverwerker zijn eigen recyclingfabrieken in Frankrijk heeft, is er beter zicht op de locaties waar ons afval wordt verwerkt. PET is bijvoorbeeld gerecycled in Limay en HDPE in Segré-en-Anjou Bleu. Een ander resultaat van dit project is dat wij nu een bedrijf hebben gevonden die ons afval aan glassine rugmateriaal kan verwerken, het papier waar zelfklevende etiketten op rol plakken. Hierdoor is in 2021 al ongeveer 9 ton aan rugpapier gerecycled, terwijl dit materiaal voorheen in ons restafval belandde en niet hergebruikt werd.

Ons afvalverbruik

	Doel	2019	2020	2021
Percentage restafval t.o.v. totaal afval	0% in 2025	26%	25%	24%
Totale afvalreductie ten opzichte van basisjaar 2019 (in gram afval per geproduceerde liter product)	-30% in 2035 (ten opzichte van 2019, in gram afval per geproduceerde liter product)	Basisjaar	-19%	-41%

7 / 100% CO₂-neutraal



We willen onze directe en indirecte CO₂-voetafdruk (voor scope 1 en 2⁴) tot nul reduceren en onze indirecte (scope 3⁴) emissies substantieel verlagen.

Onze doelen zijn:

- 100% hernieuwbare elektriciteit in 2022
- 0% gebruik van aardgas voor kantoren in 2025
- 30% energie reductie in 2035 (ten opzichte van basisjaar 2016)
- CO₂-neutraal scope 1 en 2 emissies⁴ in 2035
- Substantiële reductie scope 3 emissies⁴ in 2035

We hebben het afgelopen jaar hard gewerkt aan het omzetten van onze elektriciteitscontracten naar herkomst uit hernieuwbare bronnen. In de loop van 2022 kopen wij alleen nog hernieuwbare elektriciteit in en hebben we ons doel behaald. Ook hebben we de mogelijkheden bekeken om restwarmte uit onze fabrieken in te zetten om onze kantoren te verwarmen. Ten slotte zijn we begonnen om met een externe partij onze CO₂-emissies in kaart te brengen. Een ander groot project waar alle vestigingen aan mee hebben gewerkt is het opstellen van een Energie Roadmap:

Energie Roadmap

Onze doelstelling om 30% energie te reduceren (per geproduceerde liter product) ligt nog ver in de toekomst, maar wij vinden het belangrijk om hier zo snel mogelijk mee te beginnen. Daarom is in 2021 een Energie Roadmap opgesteld voor de komende vijf jaar. Externe adviseurs hebben voor alle vestigingen een energiescan uitgevoerd om inzicht te krijgen in het energieverbruik en mogelijke verbeterkansen. Vervolgens hebben de vestigingen in de Energie Roadmap in kaart gebracht wat zij willen verbeteren, in welk jaar en wat de verwachte kosten en geschatte energiebesparingen zijn. Belangrijke componenten voor energiebesparing zijn het vervangen van huidige machines door energiezuiniger typen en schaalvergroting, waardoor we efficiënter met onze machines kunnen omgaan. Ook is gekeken naar de toepassing van innovatieve oplossingen en gaan we een energiebewustzijnstraining uitvoeren op alle vestigingen. Per maatregel is gekeken of die al in het vastgestelde investeringsplan is opgenomen, of dat er budget vrijgemaakt moet worden. Al met al kunnen we op basis van deze inschattingen zo'n 20% energie besparen in de komende 5 jaar. Dat is al een goede stap op weg naar ons doel om 30% energie te reduceren in 2035!



⁴Bij CO₂-berekeningen worden over het algemeen drie scopes meegenomen. Scope 1 is de directe CO₂-uitstoot van de organisatie, scope 2 omvat de indirecte uitstoot van CO₂ voor de energie (elektriciteit of anders) die is ingekocht door de organisatie. Scope 3 zijn de emissies veroorzaakt door bedrijfsactiviteiten van andere organisaties, zoals toeleveranciers of klanten.

Ons elektriciteitsverbruik

	Doel	2019	2020	2021
Aandeel hernieuwbare elektriciteit t.o.v. ingekochte totale elektriciteit	100% in 2022	0%	39%	72%
Elektriciteitsreductie ten opzichte van basisjaar 2016 (per geproduceerde liter product)	-30% in 2035 (ten opzichte van 2016, per geproduceerde liter product)	-12%	-17%	-21%

Ons gasverbruik

	Doel	2019	2020	2021
% vestigingen dat nog aardgas gebruikt in kantoren	0% in 2025	100%	100%	100%
Gasreductie ten opzichte van basisjaar 2016 (per geproduceerde liter product)	-30% in 2035 (ten opzichte van 2016, per geproduceerde liter product)	+24%	+2%	-7%

Onze CO₂-uitstoot

	Doel	2019	2020	2021
CO ₂ -emissies scope 1 en 2	CO ₂ neutraal in 2035	Onze emissies zijn nog niet consistent gemeten, we zullen hier volgend jaar over rapporteren.		
CO ₂ -emissies scope 3	Substantiële reductie in 2035			

8 / 100% verantwoorde producten



Ons doel is dat onze producten veilig gebruikt kunnen worden en geen negatieve impact op het milieu hebben. Wij werken samen met leveranciers om onze ingrediënten op een duurzame manier te produceren.

Onze doelen zijn:

- 100% van onze leveranciers erkent onze gedragscode voor leveranciers in 2022
- 100% van onze leveranciers wordt meegenomen in onze risicoanalyse-tool in 2022
- 100% van onze producten voldoen aan onze duurzame product ontwikkelkaders in 2035

De focus in 2021 heeft gelegen op het ontwikkelen van onze leveranciers risicoanalyse-tool en de implementatie van deze tool over al onze internationale vestigingen. In deze tool brengen wij onder andere gegevens in kaart over sociale en milieurisico's, aard van de samenwerking en locatie. Daarnaast hebben we criteria ontwikkeld waar nieuwe producten aan moeten voldoen, en hebben we duurzaamheid geïntegreerd in onze processen ten aanzien van de ontwikkeling van nieuwe producten en aanpassing van recepturen of verpakkingen. Ten slotte hebben we veel tijd gestoken in de uitrol van onze leveranciers Code of Conduct:

Gedragscode voor leveranciers (Code of Conduct)

Met ons duurzame inkoopbeleid stimuleren wij ethische bedrijfspraktijken en de naleving van de Burg Group Gedragscode. Wij streven ernaar om de onderwerpen van ons MVO-beleid te stimuleren en waar mogelijk te verbeteren bij onze leveranciers. In 2020 is de gedragscode voor leveranciers herzien. De richtlijnen van de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO-richtlijnen) zijn hier een expliciet onderdeel van. De gedragscode vormt een integraal onderdeel van onze leveranciersovereenkomst. In het afgelopen jaar is de herziene gedragscode gedeeld met de leveranciers en is hen actief gevraagd deze te erkennen. Dit heeft veel interessante gesprekken opgeleverd over raakvlakken op het gebied van duurzaamheid en samenwerkingsmogelijkheden. Voor veel leveranciers was het aanleiding hun eigen duurzaamheidsstrategie en behaalde duurzaamheidscertificaten opnieuw met ons te delen. Wij vinden het fijn dat de relaties met onze leveranciers versterkt zijn en dat we hen geïnspireerd hebben nog actiever met duurzaamheid aan de slag te gaan.

Onze leveranciers

	Doel	2019	2020	2021
% leveranciers dat onze gedragscode voor leveranciers erkent (t.o.v. totaal aantal leveranciers)	100% in 2022	-	-	95%
% leveranciers dat is opgenomen in onze risicoanalyse-tool (t.o.v. totaal aantal leveranciers, exclusief Burg Siroop)	100% in 2022	-	-	100%

Onze productformuleringen

	Doel	2019	2020	2021
% producten dat voldoet aan onze duurzame ontwikkelkaders	100% in 2035	Zal vanaf 2022 gemeten worden		

9 / 100% verantwoorde verpakkingen

Wij streven naar 100% herbruikbare en volledig circulaire verpakkingen.

Onze doelen zijn:

- Verbeteren van de recyclebaarheid van onze verpakkingen
- Verhogen van het aandeel gerecycled materiaal
- Stimuleren van het gebruik van verpakkingsmateriaal met de laagste milieu-impact
- Reduceren van het gewicht van onze primaire verpakkingen
- Verbeteren van communicatie op onze primaire verpakkingen

In 2021 hebben we met een extern adviesbureau gewerkt om onze verpakkingstrategie te implementeren in de organisatie. Daartoe zijn werksessies georganiseerd op al onze vestigingen, is data monitoring opgezet en zijn diverse support documenten ontwikkeld. Ook hebben we een *Life Cycle Analysis* laten uitvoeren om inzicht te krijgen in de milieubelasting van onze belangrijkste verpakkingen. Ten slotte kijken we bij elke etiketsaanpassing of we een weggooiwijzer kunnen toevoegen. En we hebben ons hele verpakkingportfolio geanalyseerd om te kijken waar we meer gerecycled materiaal kunnen gebruiken.

Introductie rPET

Sinds 2015 gebruiken wij al gerecycled materiaal voor onze flessen Groenland schoonmaakazijn en sinds 2018 voor Tromp & Rueb azijn in Nederland. Tromp & Rueb was daarmee één van de eersten in het schap met voedingsazijn. Voor de nieuwe propositie Vintastic (voorheen Groenland) is de keuze gemaakt over te stappen van semi-ingeleurde plastic flessen naar volledig ongekleurde, beter recyclebare transparante flessen. Deze stap heeft meer bedrijven in de branche geïnspireerd om over te stappen naar ongekleurde transparante flessen en zo het aantal recyclebare verpakkingen te verhogen! Binnenkort wordt voor diverse Private Label merken bij Burg Azijn een 50/50 gerecyclede PET (rPET) blend gebruikt, waarmee we ondanks moeilijke inkoopcondities toch food grade gerecycled materiaal kunnen gebruiken voor al onze primaire verpakkingen in Nederland. En ook nog tegen een betaalbare prijs. Wij zijn blij dat we hiermee voorlopen op de branche-afspraken van supermarkten om per 2022 minimaal 40% rPET te gebruiken in plastic flessen en trays. Zo werken we stapje voor stapje aan het omhoog brengen van het aandeel rPET in onze eigen merk producten alsook private label producten.



Onze verpakkingen

	Doel	2019	2020	2021
Recyclebaarheid verpakkingen				
% recyclebare verpakkingen (gemeten in geproduceerde producten)	80% in 2022	74%	78%	83%
% ongebleekt papier/karton	75% in 2024	Geen informatie beschikbaar	44%	Geen informatie beschikbaar
Gerecycled materiaal				
% gebruik van gerecycled PET voor onze eigen merken primaire verpakkingen (gemeten in gewicht)	50% in 2022	16%	18%	23%
% gebruik van gerecycled PET voor private label merken primaire verpakkingen (gemeten in gewicht)	25% in 2022	9%	11%	15%
% gebruik van gerecycled PE voor primaire verpakkingen (gemeten in gewicht)	50% in 2023	0%	0%	0%
% gebruik van gerecycled plastic voor secundaire en tertiaire verpakkingen (gemeten in gewicht)	75% in 2024	0%	2%	14%
% gebruik van gerecycled glas voor primaire verpakkingen (gemeten in gewicht)	100% in 2024	63%	63%	63%
% gebruik van gerecycled metaal voor primaire verpakkingen (gemeten in gewicht)	100% in 2024	68%	67%	66%
% gebruik van gerecycled papier/karton	75% in 2024	48%	58%	57%
% gebruik van FSC/PEFC-gecertificeerd papier/karton	100% in 2022	100%	100%	100%
Gewichtsreductie				
Gemiddeld gewicht PET flessen (per gevulde literfles)	Nog te bepalen	Basisjaar	-4%	-5%
Communicatie				
% verpakkingen met weggooiwijzer	100% in 2022	31%	30%	33%

10 / Onze partners

Wij hebben aandacht voor onze medewerkers en gesprekspartners. We zijn een betrokken ondernemer en prettige buur en leveren een bijdrage aan de branche of omgeving en in het grotere geheel aan de door de Verenigde Naties vastgestelde *Sustainable Development Goals*. Wat wij doen om hier invulling aan te geven past binnen onze missie: "De wereld wordt gezonder, smaakvoller of schoner van onze natuurazijn en siroop. Wij gaan voor een schone erfenis." Dit betekent dat wij op 3 manieren actief zijn:

- 1) Vanuit onze producten **natuurazijn** en **siroop** op de gebieden **gezond, smaakvol, schoner**
- 2) Als **goede buur** willen wij van betekenis zijn in de directe omgeving van onze locaties. Dit kan ook belangrijk zijn voor onze personeelsleden.
- 3) Als **betrokken ondernemer** willen wij van betekenis zijn met onze kennis en kunde of met onze organisatie.

Female Cancer Foundation

De in Nederland opgerichte Female Cancer Foundation zet zich al vanaf februari 2006 in om vrouwen over de hele wereld te helpen om baarmoederhalskanker in een vroeg stadium op te sporen. De Female Cancer Foundation is actief in ontwikkelingslanden waar het overgrote deel van de slachtoffers van baarmoederhalskanker woont en deze vorm van kanker de belangrijkste doodsoorzaak bij vrouwen is. De Foundation streeft naar een wereld zonder baarmoederhalskanker door screening, onderzoek en educatie. Een team van artsen en gezondheidswerkers zorgen voor bewustwording bij vrouwen van de risico's van baarmoederhalskanker én informeren hoe het te voorkomen is. Voor de screening wordt de VIA-methode gebruikt (screenen met azijn). Burg is trotse partner van de Female Cancer Foundation.

Nierstichting

Vanuit ons eigen merk Tromp & Rueb zijn wij partner van de Nederlandse Nierstichting. De Nederlandse Nierstichting en Burg Group hebben een gemeenschappelijke boodschap: minder zout,



meer smaak. Wij hopen met de samenwerking kennis over het gebruik van natuurazijn en haar positieve eigenschappen verder te verspreiden en zo het maken van gezonde gerechten te stimuleren. Want veel mensen weten niet dat het toevoegen van natuurazijn de smaak van ingrediënten verbetert en daardoor minder zout nodig is. Vanuit Tromp & Rueb nemen wij onder andere deel aan de Nierstichting Restaurant Driedaagse en leveren wij recepten voor de receptenboekjes van de Nierstichting.

Andere samenwerkingen

Wij dragen zorg voor financiële ondersteuning aan sportclubs waar ons personeel actief is.

Daarnaast leveren wij een financiële bijdrage en kennis aan diverse goede doelen, zoals Jeelink, Praethuys Alkmaar, Stichting Familiehuis Noordwest en Rescue Dogs – Service Dogs.

Betrokken ondernemer

Wij willen een toonaangevende duurzame speler zijn in de markten waarin wij actief zijn. daarbij hoort betrokkenheid bij verschillende (branche)verenigingen.

Samen met onze branchegenoten zetten wij ons in voor kwalitatief hoogstaande en duurzame innovaties. Wij zijn lid van: Culinaria NL, Culinaria DE, Frankrijk (Fedalim) en Culinaria Europe, Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI), Nederlandse Vereniging Frisdranken, Waters en Sappen (FWS), NVZ-Schoon-Hygiënisch-Duurzaam en de Belgische vereniging van voedingsmiddelenproducenten Fevia. Daarnaast vervult onze CEO het voorzitterschap van Bedrijfskring Heerhugowaard.



11/ Bestuur en rapportage

Burg Groep B.V. is een niet-beursgenoteerd familiebedrijf, het hoofdkantoor is gevestigd in Heerhugowaard. In 2021 telde het bedrijf 264 medewerkers (FTE, inclusief tijdelijke contracten, zonder vaste uitzendkrachten). Binnen Burg werken verschillende afdelingen aan duurzaamheid en het behalen van de doelen van ons duurzaamheidsbeleid.

Stuurgroep Sustainability

De Stuurgroep Sustainability bestaat uit de Chief Executive Officer (CEO), de Chief Operations Officer (COO) en de Chief Commercial Officer (CCO). Deze stuurgroep komt eens per kwartaal bij elkaar om de voortgang op de duurzaamheidsdoelen te evalueren en waar nodig bij te sturen. Daarnaast stuurt zij op de strategische richting, en neemt zij beslissingen ten aanzien van duurzaamheid.

Taskforce Sustainability

De Taskforce Sustainability bestaat uit specialisten in diverse disciplines, voorgezeten door de duurzaamheidsmanager. De taskforce leidt projecten om voortgang op de duurzaamheidsdoelen te behalen en inhoudelijk richting te geven. De specialisten in de taskforce komen eens per 3 weken bij elkaar.

Sustainability Ambassadeurs

Op elke Burg vestiging is een Sustainability Ambassadeur aangesteld die het duurzaamheidsbeleid uitdraagt op de eigen vestiging en input levert aan de duurzaamheidsmanager.

Risicomanagement

Risicomanagement is volop in ontwikkeling binnen Burg. In 2020 is begonnen met het implementeren van een risicobewuste cultuur. Doel is het risicomanagement in alle processen onderdeel te maken van de bedrijfsvoering. Op groepsniveau is capaciteit vrijgemaakt om productieprocessen te standaardiseren en gestructureerd te verbeteren. De verhoogde efficiëntie en effectiviteit moeten bijdragen aan alle doelstellingen:

- Bedrijfsrisico's en kansen aangaande de strategische ontwikkeling van Burg zijn op basis van een SWOT-analyse in kaart gebracht en worden op basis van kosten/baten en de fit met ons beleid geprioriteerd in project- en investeringsplannen.
- Bedrijfsrisico's rondom calamiteiten, economische/maatschappelijke ontwikkelingen en bedrijfscontinuïteit worden op aangeven van de verzekeraars gemanaged.
- De IFS gecertificeerde HACCP gebaseerde voedselveiligheidssystemen zijn volwassen en voedselveiligheid ligt op een hoog niveau.
- Op het gebied van arbeidsomstandigheden, veiligheid en procesveiligheid beschikken alle vestigingen over up-to-date risicomanagement via Risico Inventarisatie & Evaluatie (RI&E), en dit wordt actief gemanaged.
- Risicomanagement en beheersing op gebied van milieu wordt komende jaren verder uitgewerkt en geborgd in een ISO14001 managementsysteem.

Scope van rapportage

Dit verslag heeft betrekking op de rapportageperiode van 1 januari 2021 tot 1 januari 2022. Alle vestigingen onder Burg Group zijn in scope, te weten Burg Groep B.V., Burg Azijn B.V. (NL), Burg Essig GmbH (DE), Burg Ocet s.r.o. (CZ), Burg Siroop B.V. (NL), Burg Vinaigres SAS (FR) en Burg Vinegar Begium NV/SA (BE).

Geproduceerde liter product wordt gedefinieerd als een combinatie van acetator output 10% azijnzuur, synthetische azijn 10% en liters geproduceerde siroop.



Dit duurzaamheidsverslag is een uitgave van Burg Group.

Contact

Andrea Bolhuis
Sustainability Manager
info@burggroup.eu

Disclaimer

Dit is de eerste externe rapportage op niet-financiële indicatoren door Burg Group. Vanwege het manuele proces van dataverzameling op sommige indicatoren, wordt geen garantie gegeven dat alle data 100% accuraat is.

Voor de resultaten op energie, water en afval baseren wij ons mede op data aangeleverd door derde partijen.



Burg Group
Marconistraat 26
1704 RG Heerhugowaard