



PERSBERICHT  
Brussel, 6 mei 2021

## **Spadel, de eerste Belgische drankenproducent die een onderneming met positieve impact wordt**

**Brussel, 6 mei 2021 – Tien jaar geleden begon Spadel (eigenaar van de merken Spa en Bru) aan een ambitieus duurzaamheidsstraject, waardoor de groep enkele belangrijke mijlpalen heeft bereikt, zoals koolstofneutraliteit en een betere bescherming van het milieu en de watervoorraden. Over enkele weken zet Spadel opnieuw een stap voorwaarts en wordt het de eerste Belgische drankenproducent die een bedrijf met positieve impact wordt. De toevoeging van deze ambitie aan het doel van de vennootschap zal worden voorgelegd aan de aandeelhouders tijdens een buitengewone algemene vergadering van 10 juni. Hoewel Spadel eens te meer een voortrekkersrol vervult door haar wens, om een positieve impact op de samenleving te hebben, zwart-op-wit vast te leggen, heeft de Groep uiteraard niet gewacht op de toevoeging van deze woorden om actie te ondernemen en zich te engageren. Sociale verantwoordelijkheid en steun aan lokale en economische verenigingen maken al jaren deel uit van het DNA van Spadel. De nieuwe MVO-strategie van de Groep voor 2025, die gebaseerd is op vier pijlers voor een positieve impact op de natuur, de consument, de lokale verankering en de gemeenschap, ligt volledig in deze lijn.**

Tien jaar geleden besloot Spadel haar duurzaamheidsambities te structureren en langetermijndoelstellingen op te stellen om haar grenzen te verleggen. De Groep streefde naar een verbetering op een aantal vlakken, waaronder verpakkingen, koolstofuitstoot, biodiversiteit en waterbeheer. Deze reis is succesvol geweest. Eind 2020 bereikte Spadel de koolstofneutraliteit voor al haar sites en producten en ook vorig jaar behaalde de Groep het Platinum certificaat voor duurzaam waterbeheer op de site van Spa Monopole. Dit zijn twee primeurs in Europa voor een waterproducent. Over enkele weken zet Spadel opnieuw een stap voorwaarts door als eerste Belgische drankenproducent een 'Positive Impact Company' te worden. Naast het herdefiniëren van de doelen van het bedrijf, heeft Spadel de ambitie om een positieve impact te hebben op de natuur, de consument, de lokale verankering en de gemeenschap door middel van 12 doelstellingen die deel uitmaken van de nieuwe MVO-strategie van de Groep voor 2025.

Spadel zal dus zeer binnenkort een bedrijf met een positieve impact zijn. Maar wat betekent dit? Concreet betekent dit dat de Groep besloten heeft om nog een stap verder te gaan in zijn ondersteuning van het lokale verenigingsleven en de lokale economie door zich ertoe te verbinden 5% van zijn nettowinst opnieuw te investeren in de gemeenschap, via solidariteitsacties, burgerdagen en lokale partnerschappen in alle landen waar de Groep actief is: België, Nederland, Frankrijk en Bulgarije. In de komende maanden en jaren wil Spadel de donatie van producten verder uitbreiden, ten voordele van lokale verenigingen, sportclubs en mensen in precare situaties, maar ook haar steun voor solidariteitsacties van haar medewerkers en haar lokale partnerschappen versterken. Een eenvoudig voorbeeld: tijdens het eerste kwartaal van 2021 heeft Spadel een solidariteitsactie gesteund die door haar werknemers werd gelanceerd. Er werd daarbij € 50.000 ingezameld ter ondersteuning van de actie van het Rode Kruis in alle landen waar de Groep aanwezig is.

Voor Spadel betekent een onderneming met een positieve impact worden ook de bescherming van de biodiversiteit en waterbronnen verder verhogen, alleen natuurlijke ingrediënten gebruiken in haar producten en de circulariteit in haar verpakkingen bereiken, tegen 2025.

### **B Corp: het kompas voor het erkennen van gemeenschapsvoordelen**

De wens om de positieve impact van Spadel in de verf te zetten, houdt gedeeltelijk verband met de crisis die het gevolg is van de Covid-19-pandemie. Een crisis die meer dan ooit aantoonde hoe belangrijk het is om het lokale verenigings- en economische weefsel te ondersteunen. De Spadel Groep speelt al jaren haar rol als lokale speler, door met name bijna uitsluitend met lokale leveranciers te werken en door haar producten niet verder te exporteren dan binnen een straal van 500 kilometer rond de bron.

*"Uit de huidige crisis leren we meer dan ooit dat dit de juiste strategie is", onderstreept Marc du Bois, CEO van Spadel. "Daarom hebben we nu besloten om nog verder te gaan. In ons nieuwe strategische MVO-plan voor 2025 hebben we beslist om 5 % van de nettowinst van de groep in te zetten ter ondersteuning van lokale initiatieven. Dit past in onze globale ambitie om tegen eind 2021 het zogeheten 'B Corp'-certificaat (ook 'B Corporation' genoemd) te veroveren. Dit certificaat wordt toegekend aan bedrijven die de erkenning genieten omwille van hun positieve impact op de gemeenschap. Dit zeer sterke signaal zal de geëngageerde jongere generatie, volgens mij, zeker aanspreken."*

Door de begrippen "lokaal" en "samen" te integreren in de MVO-strategie, bevestigt Spadel nogmaals zijn wil om een hoofdrol te spelen in de herlancering van de lokale economie. De Groep heeft echter ook andere ambities wat betreft de maatschappelijke verantwoordelijkheid, zoals blijkt uit de aanwezigheid van de begrippen "groen" en "zuiver" in diezelfde strategie. *"Wij zijn ons bewust van de impact van onze acties en engageren ons ertoe de wereld rondom ons te beschermen, te herstellen en deze door een andere bril te bekijken. We letten erop om onze impact op natuurlijke rijkdommen en overal waar we actief zijn, te beperken",* stelt Marc du Bois, CEO van Spadel.

### **Een positieve impact die lokaal is, maar ook ecologisch**

Tot de duurzaamheidsinitiatieven die de Groep de voorbije jaren heeft gesteund, behoren onder meer BeeOdiversity, een bedrijf dat zich heeft gespecialiseerd in projecten die de biodiversiteit herstellen met hulp van de bijenpopulatie, maar bijvoorbeeld ook een engagement tot ondersteuning voor de herinvoering van het korhoen in België. Spadel engageert zich daarnaast ook in de strijd tegen zwerfvuil, meer bepaald als partner van de gemeenten Spa en Stoumont. De Groep heeft zich in 2018 ook geassocieerd aan de SeaCleaners. Deze organisatie koestert de ambitie om de strijd te voeren tegen de plasticvervuiling in de oceanen, onder meer dankzij de ontwikkeling van de Manta, het eerste vaartuig dat in staat is om plasticafval uit de zeeën te verzamelen en te verwerken. Tot slot ondersteunt de Groep het project Water Access Rwanda dat 35 beschadigde of besmette waterputten wil herstellen in Rwanda, en wordt daarbij tegelijk de uitstoot van 400.000 ton CO<sub>2</sub> voorkomen. *"We kunnen onze doelen niet alleen bereiken. Samenwerkingsverbanden en co-creatie zijn de solide fundamenten waarop onze activiteiten gebaseerd zijn",* benadrukt Ann Vandenhende, CSR-Manager bij Spadel.

In zijn strategie voor 2025 richt Spadel zich dus niet alleen op de lokale economie, maar ook op de transitie naar een koolstof-neutrale productie, volledige recycling en/of hergebruik van

verpakkingen(kringlooeconomie) en het verkrijgen van het B Corp-certificaat. Het bedrijf is voortrekker in de duurzame ontwikkeling en verbindt zich ertoe al zijn consumenten het zuiverste en gezondste water aan te leveren met het volste respect voor de natuur. Alle details van deze nieuwe MVO-strategie worden verduidelijkt op de website [Source of Change](#).

--- EINDE ---

### **Over Spadel**

Spadel is een Europese familiegroep die streeft naar natuurlijke oplossingen om de dorst van haar consumenten te lessen en hen te verfrissen, hun hele leven lang. De groep verkoopt diverse merken van natuurlijk mineraalwater, bronwater en verfrissende dranken op basis van natuurlijk mineraalwater: Spa en Bru in de Benelux, Devin in Bulgarije en Wattwiller en Carola in Frankrijk. Duurzame ontwikkeling zit van nature in het DNA van de groep Spadel en haar MVO 2025-beleid is welomlijnd. Spadel behaalde in 2020 een omzet van € 266,6 miljoen. Eind 2020 stelde de groep 1.263 mensen te werk.

### Perscontact

[press@spadel.com](mailto:press@spadel.com)