



Klimaatactieplan

Samenvatting

Pure's Klimaatactieplan beschrijft de concrete acties die we zullen ondernemen om onze Broeikasgasemissies (BKG) proactief te verminderen en bij te dragen aan de wereldwijde ambitie om de opwarming te beperken tot 1,5°C.

In dit document bieden we een overzicht van onze CO2-voetafdruk in FY25 en we stellen onszelf het doel deze gegevens jaarlijks te rapporteren.

Dit actieplan wordt ten minste elke drie jaar herzien en bijgewerkt, of eerder als er significante bedrijfswijzigingen plaatsvinden.

Wij zijn volledig toegewijd aan het ondersteunen van de wereldwijde ambitie om de opwarming van de aarde te beperken tot 1,5°C.

Persoon/personen verantwoordelijk voor het bijwerken en bijhouden van de voortgang van dit Klimaatactieplan:

Dit Klimaatactieplan is goedgekeurd door Roz Cuschieri, CEO van Pure Pet Food.

Categorie	Doelstellingen	Acties	Tijdsbestek	Toewijzing van middelen	Belanghebbenden
Activiteiten: Fabriek en Kantoren	1. 100% hernieuwbare elektriciteit handhaven op alle locaties in het VK 2. Prioriteit geven aan 100% hernieuwbare contracten voor nieuwe locaties 3. Het aardgasverbruik op alle locaties met 3% per medewerker per jaar verminderen ten opzichte van de FY25-baseline	1. Energie-efficiëntie bijv. installatie van LED-verlichting, sensorverlichting, boiler upgrades, centrale verwarmingssystemen 2. Energiebronnen bijv. overschakeling van verwarmingssystemen naar 100% hernieuwbare elektrische verwarming uiterlijk FY30 3. Voortgang bijhouden in EMS-datatool	Korte termijn - uiterlijk FY30		Medewerkers Nutsbedrijven partners
	Het waterverbruik op alle locaties met 3% per medewerker per jaar verminderen ten opzichte van de FY25-baseline.	1. Watermeters installeren om daadwerkelijke waterverbruiksgegevens te verzamelen 2. Waterbeheerssystemen, automatisering en kranen met een lage doorstroom implementeren 3. Voortgang bijhouden in EMS-tool	Korte termijn - uiterlijk FY30		Medewerkers Nutsbedrijven partners
	Het voortzetten van 100% van al het fabriek- en kantoorafval van stortplaatsen om te leiden op alle locaties.	1. Samenwerken met B&M, onze afvalbeheerspartners, voor gedetailleerdere gegevens over afvaltypes en specifieke verwijderingsroutes 2. Samenwerken met het inkoopteam om materialen met minimale of recyclebare afvalstromen in te kopen 3. Medewerkers betrekken om afval zoveel mogelijk te recyclen 4. Samenwerken met B&M en interne teams om afval om te leiden naar andere verwijderingsroutes of toepassingen 5. Voortgang bijhouden in EMS-datatool	Korte termijn - uiterlijk FY30		Medewerkers Nutsbedrijven partners

Categorie	Doelstellingen	Acties	Tijdsbestek	Toewijzing van middelen	Belanghebbenden
Leveranciers	Samenwerken met de belangrijkste product- en verpakingsleveranciers op basis van uitgaven om hun CO2-voetafdruk te berekenen en uiteindelijk hun milieupact te verminderen	We willen onze leveranciers tegemoetkomen in hun huidige status en zullen op de volgende manieren met hen samenwerken: 1. Onze leveranciers aanmoedigen hun eigen CO2-voetafdruk te berekenen door de voordelen te bespreken en educatie/middelen te bieden om de berekening te vereenvoudigen. 2. Samenwerken met de belangrijkste leveranciers om CO2-reductiemaatregelen te implementeren.	Middellange termijn - we zijn al begonnen met het betrekken van belangrijke leveranciers en willen dit in de loop van de tijd uitbreiden		Leveranciers
Transport	Emissies van transport en distributie verminderen	1. Datakwaliteit verbeteren door emissierapportages van al onze distributiepartners te verzamelen 2. Prioriteit geven aan samenwerking met distributiepartners die milieuvriendelijke opties bieden of eigen CO2-reductiedoelstellingen hebben 3. Met leveranciers samenwerken om over te stappen op elektrische voertuigen	Korte termijn - uiterlijk FY30		Distributiepartners
Zakelijke reizen medewerkers	Emissies van zakelijke reizen verminderen Betrokkenheid van medewerkers bij CO2-reductie vergroten	De meeste van onze reisemissies zijn afkomstig van reizen van merkambassadeurs. 1. We werken aan het verbeteren van de datakwaliteit zodat we hoge-impact-gebieden nauwkeuriger kunnen aanpakken. 2. We zullen een reisminimalisatiebeleid invoeren om vervoerswijzen met hoge impact te beperken en lagere-emissievervoermiddelen te stimuleren (bijv. trein in plaats van vliegtuig) In 2025 hebben we onze eerste enquête over woon-werkverkeer en thuiswerken van medewerkers uitgevoerd. 1. In toekomstige jaren streven we ernaar de deelnamegraad te verhogen naar 100%. 2. Medewerkers stimuleren om openbaar vervoer, fietsen, carpoolen etc. te gebruiken; we hebben een fiets-naar-werk-regeling voor medewerkers 3. Hybride en thuiswerkprogramma's handhaven	Korte termijn - uiterlijk FY30		Medewerkers Brand ambassadeurs

Categorie	Doelstellingen	Acties	Tijdsbestek	Toewijzing van middelen	Belanghebbenden
Product	1. Beter inzicht krijgen in de impact van onze producten en ons bedrijfsmodel	We weten dat ons abonnementsmodel veel milieuvoordelen heeft ten opzichte van traditionele retailmodellen: 1. Geoptimaliseerde bezorgroutes, minder transporttijd doordat één voertuig meerdere bestellingen levert (efficiënter dan talloze afzonderlijke autoritten naar de supermarkt) 2. Omdat we rechtstreeks contact hebben met onze klanten, kunnen we de verkoop nauwkeuriger voorspellen en zo voedselverspilling minimaliseren. 3. Weinig verwerking en geen koeling is vereist, waardoor het energieverbruik bij productie en opslag bij de klant zeer laag is We streven ernaar een volledige vergelijkende levenscyclusanalyse (LCA) uit te voeren voor de 3 bestverkochte producten, waarbij we onze impact kwantificeren aan de hand van ten minste 3 impactindicatoren: emissies, water en afval.	Middellange termijn		Leiderschapsteam Productteams
	2. Zodra we meer gedetailleerde gegevens hebben over de impact van onze producten, wijzigingen doorvoeren om de impact te verminderen waar dit significant is	We blijven kijken naar kansen voor circulariteit in ons bedrijfsmodel, waarbij we ons eerst richten op onze verpakking en vervolgens acties als prioriteit stellen op basis van materialiteit	Korte tot middellange termijn		Leiderschapsteam Productteams
	3. Waar ons model unieke voordelen biedt, deze inzichten promoten en delen om anderen voor te lichten	Een uitgebreid openbaar rapport publiceren met gedetailleerde informatie over de LCA-methode en -bevindingen, specifiek de gekwantificeerde milieuvoordelen van het abonnementsmodel versus traditionele retail, waarbij het rapport binnen zes maanden na voltooiing van de LCA wordt uitgebracht.	Lange termijn		Leiderschapsteam Productteams