



'Hoe ontwikkelen we een effectieve duurzaamheidsstrategie?'

KPMG helpt Euronics
Klantverhaal



Juni 2023



De internationale retailer in consumentenelectronica, Euronics, werd zich de laatste jaren steeds meer bewust van de uitdagingen op het gebied van duurzaamheid, zoals de toenemende hoeveelheid elektronisch afval, het gebruik van kritische materialen, CO₂-toename en een immer groter wordende klimaatvoetafdruk. Allerlei uitdagingen op het gebied van duurzaamheid waarbij de focus voornamelijk op het thema milieu ligt. Meerdere landen van Euronics International gingen zelf al op zoek naar manieren om actie te ondernemen op duurzaamheid en dat gaf de doorslag om er organisatiebreed mee aan de slag te gaan en een algemene duurzaamheidsstrategie te ontwikkelen. Een strategie die daadwerkelijk te implementeren is voor de korte termijn tot 2025, maar ook verder reikt tot 2030 en zelfs 2050. John Olsen, Managing Director bij Euronics: "Toen we zes jaar geleden ons merkidentiteit aanpasten, vroegen we onszelf af: waar staan we voor? En wij staan voor een menselijke maat in een digitale wereld. Waarom? We staan als omnichannel retailer in contact met mensen. En daar hoort duurzaamheid bij. We kunnen een verschil maken voor mensen en voor het goed omgaan met deze planeet. Dat is wat we willen."

Om dit te bereiken werd KPMG gevraagd als partner in het helpen ontwikkelen van een duurzaamheidsstrategie, het implementeren ervan én natuurlijk in het behalen van de doelen. Eén van de hoofddoelen hierbij is onmiskenbaar: de CO₂-uitstoot in 2050 terugbrengen naar nul.



John Olson
Managing Director Euronics



Bart Hoogland
Manager ESG & Sustainability
Strategy KPMG

Waarom KPMG?

Euronics werkte al eerder samen met KPMG en kwam in aanraking met het KPMG Sustainability-team in Nederland. John Olsen: “We hadden wel ideeën omtrent duurzaamheid, hier en daar waren er ook initiatieven op dit gebied, zoals de verkoop van elektrische auto’s in Duitsland of het installeren van zonnepanelen op daken in de Verenigde Arabische Emiraten, maar het was nog niet vanuit één gedachte, één gedeelde visie van al onze landen, laat staan dat we een heldere strategie hadden.” Om tot die strategie te komen stelde KPMG voor om eerst een ESG-scan uit te voeren (ESG = Environmental, Social, Governance). Bart Hoogland, manager ESG & Sustainability Strategy, bij KPMG: “Een ESG-scan is een review op, onder andere, de bestaande duurzaamheidsstrategie en meerdere externe ontwikkelingen waarin we diverse vragen beantwoorden. Bijvoorbeeld: wat doet een organisatie nu al op het gebied van duurzaamheid, of juist nog niet? Welke ontwikkelingen zien we in de markt? Wat verwachten medewerkers en klanten van jou als werkgever en organisatie? Hoe zit het met wet- en regelgeving? Kortom: we kijken vanuit verschillende perspectieven naar duurzaamheid en in hoeverre de organisatie hierop al acteert.” Uit de scan rolt een blauwdruk voor de daarna te ontwikkelen strategie. Het is in het geval van Euronics de eerste bouwsteen naar het terugbrengen van de CO₂-uitstoot naar nul in 2050.

Juiste inzichten

Het belangrijkste inzicht dat uit de ESG-scan kwam is dat er op vier strategische pijlers stappen konden worden gezet om de uiteindelijke doelstellingen te behalen: CO₂-reductie, de transitie naar een circulaire economie, een duurzaam productportfolio en compliance.

John Olsen: “Dan zie je ook direct dat je het niet alleen kan. Op het gebied van producten moeten we nauw samenwerken met onze leveranciers om tot een duurzaam productportfolio te komen.”

Een ander inzicht was dat het voor een internationale organisatie als Euronics ondoenlijk is om direct dezelfde duurzaamheidsambitie te verwachten van alle aangesloten landen. John Olsen: “Sommige landen zijn nu eenmaal verder dan andere, dus het komt ook aan op het elkaar leren begrijpen, snappen wat er al wel kan en wat misschien nog niet, elkaar inspireren en motiveren.” Bart Hoogland: “Het is een mooi proces waarbij we de balans zoeken tussen het opstellen van een ambitieuze strategie in relatie tot wat er realistisch voor het hele netwerk aan Euronics-landen haalbaar is.”





2025, 2030, 2050, we weten exact wat ons te doen staat. En met de expertise van KPMG ontwikkelen we plannen om deze doelen ook te bereiken.”

John Olsen, Euronics

Concrete acties

Na het in kaart brengen van de strategische pijlers, heeft het team per pijler KPI's en doelstellingen opgesteld. John Olsen: “We hebben bij Euronics een balanced score card voor al onze landen. Het houdt in dat we organisatiebreed targets hebben op allerhande gebieden zoals finance, sales en marketing. Maar dat hadden we nog niet voor duurzaamheid. Nu wel! Dat is echt een doorbraak.”

In samenwerking met KPMG is Euronics in staat om de lange termijn doelen te halen. Het Net Zero doel bijvoorbeeld, door eerst de emissies te berekenen. En vervolgens door het in kaart brengen van de te nemen stappen om emissies te reduceren.

Met het Green Product Passport wil Euronics een duurzame score genereren per product voor het gehele productportfolio. Daarmee wil Euronics een betrouwbare adviseur worden voor de consument op het gebied van duurzaamheid. Daarbij gaat het, naast de energieconsumptie van een product, om reparerbaarheid, hergebruik (circulariteit) en connectiviteit. Je kunt met het Green Product Passport niet alleen klanten informeren en inspireren

om duurzaam te consumeren, het spoort ook de landen aan om meer duurzame producten op te nemen in het assortiment.

En ten slotte: op het gebied van compliance en regelgeving weet KPMG, als expert op auditgebied, precies wat er nu speelt, wat er in de nabije toekomst aankomt en hoe we daar de organisatie op moeten voorbereiden om compliant te zijn. Bart Hoogland: “We kijken per pijler naar alle richtlijnen, zorgen dat we eraan voldoen, en kunnen ook inspelen op (mogelijke) veranderingen.”

Werkelijke oplossingen

De weg is ingeslagen. De strategie is ontwikkeld. De KPI's en doelstellingen zijn gezet. De eerste stappen in het behalen van de doelstellingen zijn gemaakt en het einddoel is duidelijk. KPMG werkt als partner en als het Sustainability Office van Euronics samen om werkelijk het verschil te maken. John Olsen: “2025, 2030, 2050, we weten exact wat ons te doen staat. En met de expertise van KPMG ontwikkelen we plannen om deze doelen ook te bereiken.”

De samenwerking

John Olson is enthousiast over de samenwerking en hoe KPMG zich manifesteert als het externe Sustainability Office. “KPMG is een sterke partner, en dat moet ook want we hebben nogal een doel gesteld.” Om die doelen te bereiken wordt de betrokkenheid van KPMG steeds groter. Bart Hoogland: “Het is mooi om te zien dat we vanuit de ESG-scan en de daaruit volgende strategie nu echt aan de slag zijn met het behalen van milestones. Dat doen we in nauw en goed contact met John en met de board van Euronics, maar ook met alle verschillende landen. Dat voelt als heel waardevol, omdat we met elkaar met iets goeds bezig zijn.”

Contact

KPMG Nederland
Laan van Langerhuize 1
1186 DS Amstelveen



Bart Hoogland
Manager ESG & Sustainability
Strategy KPMG

hoogland.bart@kpmg.nl



Mart Beune
Director ESG Advisory

beune.mart@kpmg.nl

[**www.kpmg.nl**](http://www.kpmg.nl)

De in dit document vervatte informatie is van algemene aard en is niet toegespitst op de specifieke omstandigheden van een bepaalde persoon of entiteit. Wij streven ernaar juiste en tijdige informatie te verstrekken. Wij kunnen echter geen garantie geven dat dergelijke informatie op de datum waarop zij wordt ontvangen nog juist is of in de toekomst blijft. Daarom adviseren wij u op grond van deze informatie geen beslissingen te nemen behoudens op grond van advies van deskundigen na een grondig onderzoek van de desbetreffende situatie.

© 2023 KPMG Advisory N.V., een naamloze vennootschap en lid van het KPMG-netwerk van zelfstandige ondernemingen die verbonden zijn aan KPMG International Limited, een Engelse entiteit. Alle rechten voorbehouden.