2025



VAN TOL THE CONVENIENCE FOOD INNOVATORS

Duurzaamheids **verslag**

samen werken aan een
positieve impact in de foodketen



inhoud:

1.	***Impactanalyse: de Duurzaamheidspizza***	03
2.	***Over Van Tol Convenience Food***	04
3.	***People & Culture***	05
	3.2 Ons team	05
	3.3 Arbeidsomstandigheden in de keten	07
	3.4 Gezondheid van de eindconsument	07
	3.5 Van Tol Convenience Food in de regio	07
4.	***Sourcing & Product Purchase***	08
	4.2 Duurzame relaties	08
	4.3 Transparantie in de toeleveringsketen	09
	4.4 Beter voor de kip	10
	4.5 Verpakkingen	10
5.	***Logistics***	12
	5.2 Logistieke bewegingen	13
	5.3 Up- en downstream transport	14
	5.4 Optimaal voorraadbeheer	15
	5.5 Opslaglocaties	15
6.	***Quality***	16
	6.2 Certificering	16
	6.3 Klantwens	18
	6.4 Assortiment	19
	6.5 Communicatie	19
7.	***Climate Change***	20
	7.1 Onze ambities	21
	7.2 CO_2-Voetafdruk	21
	7.3 PS Impact Score	21
	7.4 Voedselverspilling	22
	7.5 Duurzaamheid bij onze partners	22
8.	***Onze Ambitie Voor 2030***	24





1. Impactanalyse met onze Duurzaamheidspizza

We zetten ons in voor een duurzame bedrijfsvoering. Om duurzaamheid een integraal onderdeel te maken van onze strategie is onze duurzaamheidspizza ontwikkeld. Iedere pizzapunt staat voor een strategisch focusthema binnen onze organisatie. Om deze thema's te bepalen is er door ons team gekeken naar datgeen dat we nodig hebben om onze producten op een verantwoorde, duurzame manier te leveren aan onze klanten.



Onder begeleiding van een extern adviesbureau hebben we, met onze werknemers, in verschillende sessies impact, kansen en risico's (IRO's) doorgenomen die relevant zijn voor onze bedrijfsactiviteiten. We beschouwen een thema relevant wanneer het mede door onze activiteiten invloed heeft op mens of milieu (inside-out) en/of een risico of kans vormt voor onze bedrijfsvoering, de waardeketen waar we in zetten, reputatie of financiële situatie (outside-in).

De uitkomst uit de verschillende sessies was een long-list aan thema's. Door het bepalen van een drempelwaarde is deze long-list omgezet in een short-list aan thema's.

Deze is vervolgens omgezet in onze Duurzaamheidspizza met 5 focusgebieden:

- ***People & Culture***
- ***Sourcing & Product Purchase***
- ***Logistics***
- ***Quality***
- ***Climate Change***

Ons duurzaamheidsverslag 2025 beschouwen we als nulmeting voor onze verdere ESG inzet. We hebben op basis van onze eerste uitkomsten ESG ambities opgesteld voor de komende jaren. Dit hebben we met met gehele team van Van Tol Convenience Food gedaan. Ieder is onderdeel van een subteam en draagt daarbij de verantwoordelijkheid voor de acties en doelstellingen van een van onze focusthema's. Op die manier streven we naar een mind-set binnen onze organisatie waarin duurzaamheid is geborgd.

vsme

Wij vallen niet onder een rapportageplicht op het gebied van ESG. Naast onze eigen focusthema's maken we daarom gebruik van de onderwerpen uit de VSME: de vrijwillige duurzaamheidsrapportagestandaard voor kleine en middelgrote bedrijven. Deze standaard is ontwikkeld door de European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) en kan worden gebruikt voor het rapporteren over belangrijke duurzaamheidskwesties. Daarnaast is deze standaard helpend bij het beantwoorden van rapportagevragen uit de waardeketen.

EFRAG

2. Over Ons;

Van Tol Convenience Food



Kees **van Tol**
CEO & Founder

Van Tol Convenience Food is een familiebedrijf dat sinds de oprichting in 1998 actief is in de voedingssector. We staan bekend om onze smaakvolle en kwalitatief hoogwaardige producten, die met veel zorg en betrokkenheid worden ontwikkeld. De organisatie combineert vakmanschap met een warme, persoonlijke benadering, waarbij de passie voor lekker en gemakkelijk eten centraal staat.

Ons assortiment bestaat uit een breed scala aan gemaksproducten. Hierbij ligt de nadruk op hoogwaardige ei-producten, authentieke Italiaanse brood- en pizzaproducten en diverse andere specialiteiten.
Elk product vertelt een eigen verhaal waarin ambacht, smaakbeleving en gemak hand in hand gaan.

Extra cijfer bij dit stuk:
In 2025 bedroeg de afzet 728.000 Handelseenheden.

Missie

Van Tol Convenience Food streeft ernaar om een uitgebreid assortiment gemaksvoeding te leveren dat de dagelijkse culinaire ervaring verrijkt. Als familiebedrijf met een hart voor lekker en authentiek eten ligt de focus op het combineren van gemak, kwaliteit, smaak en ambacht. Het doel is om klanten te verrassen met heerlijke, eenvoudig te bereiden producten die aansluiten bij hun behoeften.

Merken & Partnerschappen

Wat Van Tol Convenience Food onderscheidt, is de langdurige relatie met partners en leveranciers. Deze nauwe samenwerking resulteert in producten die met aandacht en toewijding zijn ontwikkeld. De merken binnen het portfolio, waaronder Tolini, Panid'or, Pinsami, Le monde des Crepes, Ovod'or en Cocotine, staan symbool voor kwaliteit, gebruiksgemak en culinaire inspiratie. Elk merk draagt bij aan het vertellen van het verhaal achter de producten, waarin liefde voor eten centraal staat.

Visie

Van Tol Convenience Food wil uitgroeien tot dé voorkeursleverancier binnen de foodservice, retail en voedingsindustrie. De organisatie speelt gericht in op veranderende consumentenbehoeften, met name die van nieuwe generaties. Door goed te luisteren naar de wensen van de moderne consument ontwikkelt het bedrijf innovatieve en kwalitatieve producten die aansluiten op actuele eetgewoonten.

Duurzaamheid en efficiëntie in de keuken vormen belangrijke pijlers voor de toekomst. Van Tol Convenience Food wil een blijvende, positieve impact maken in de voedingsindustrie. Met een sterke focus op vakmanschap en klantgerichtheid streeft het bedrijf naar een culinaire wereld waarin gemaksvoeding van hoge kwaliteit het fundament vormt van elke professionele keuken en maaltijd.





Landoppervlakte
195 m²
Uilenwaard 23
5236 WB 's-Hertogenbosch

3. People & Culture

Als familiebedrijf met passie voor authentiek eten werken we elke dag aan ons unieke assortiment convenience ei-producten en Italiaanse broden en pizza's. Dat doen we al 27 jaar met ons fijne team vanuit het bourgondische 's-Hertogenbosch en samen met onze productiepartners in Europa. We hebben aandacht voor elkaar en investeren in onze medewerkers. We dragen samen de verantwoordelijkheid voor een fijne bedrijfscultuur en evalueren met elkaar over hoe het gaat.

3.2 Ons team

Binnen Van Tol werken we niet met functies, maar heeft ieder zijn of haar eigen verantwoordelijkheden. We zijn trots op het werk dat we met elkaar verzetten. Ons team bestaat uit 11 medewerkers (31-12-2025, headcount).

Pizza, Pinsa of Pane dag
Maandelijks lunchen we met het gehele team. We vinden dit gezellig en door de lunch leren we onze producten beter kennen. De lunch wordt altijd verzorgd door een van onze collega's en daarbij worden altijd een van de producten uit ons eigen assortiment gebruikt.

Veiligheid
We zijn blij om te kunnen delen dat er in 2025 geen bedrijfsongevallen hebben plaatsgevonden bij ons op de werkvloer. We inventariseren hoe onze leveranciers de veiligheid op de werkvloer borgen, om een beter inzicht in de keten te krijgen.



Samenstelling medewerkers *op 31-12-2025*

Leeftijd	Aantal
< 30 jaar	0
30 - 50 jaar	5
50 >	6

In- en uitstroom 2025	Aantal
In dienst	2
Uit dienst	4

Gender	Aantal
Man	5
Vrouw	6

Contracttype	Aantal
Onbepaalde tijd	11
Bepaalde tijd	0

Van Tol Convenience Food in de regio

3. People & Culture

3.3 Arbeidsomstandigheden in de keten

Al jarenlang werken we met dezelfde productiepartners. Samen zijn we verantwoordelijk voor het waarborgen van de juiste arbeidsomstandigheden van medewerkers in de keten.

Een aantal leveranciers zijn hiervoor gecertificeerd. Zelf maken we afspraken met onze productielocaties en vinden er jaarlijkse evaluaties plaats met onze partners tijdens onze bedrijfsbezoeken. Onze productielocaties liggen verspreid in Europa, waarvan een aantal in gebieden waar het risico op slechte arbeidsomstandigheden hoger ligt.

3.4 Gezondheid van de eindconsument

Bij Van Tol Convenience Food geloven we dat gemak en gezondheid prima samengaan. We zien dat de gezondheid van de eindconsument steeds belangrijker wordt en dat is een goede ontwikkeling. Als partner van horeca-, retail- en cateringbedrijven voelen we de verantwoordelijkheid om hier actief op in te spelen. Daarom onderzoeken we op dit moment verschillende manieren om onze producten nog gezonder en duurzamer te maken, zonder in te leveren op smaak, authenticiteit of gebruiksgemak.

Denk bijvoorbeeld aan zoutreductie in onze recepturen, zonder concessies te doen aan beleving en kwaliteit. Keurmerken en productinformatie spelen hierin een steeds grotere rol, zeker nu consumenten daar ook bewust op selecteren en de industrie hogere eisen stelt aan hun toeleveranciers.

Daarnaast kijken we vooruit: de eiwittransitie, waarin plantaardige eiwitten een groter aandeel krijgen, biedt volop kansen voor vernieuwing in ons assortiment. Meer plantaardig en minder vleesaandeel zijn geen trend, dat is de toekomst.

3.5 Van Tol Convenience Food in de regio

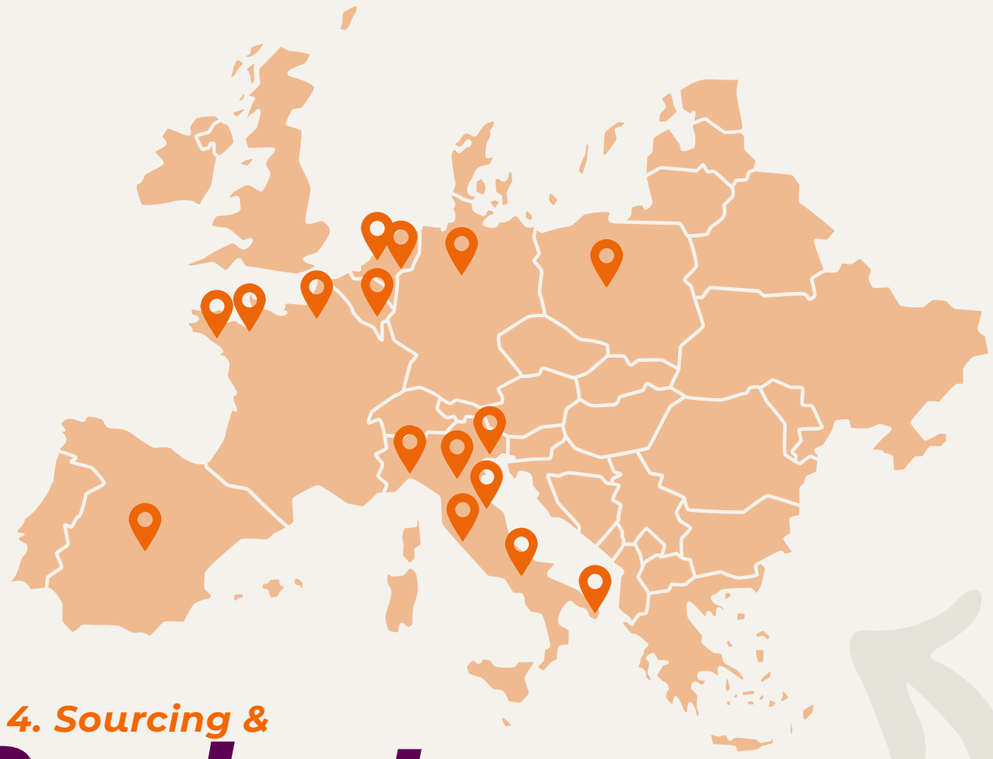
Op verschillende wijzen zetten we ons in voor de gemeenschap. We sponsoren een aantal lokale goede doelen zoals de Empelse doe-dagen, de plaatselijke tennisvereniging en het kindercarnaval van Empel. Daarnaast sponsoren we ook al jaren de wandel driedaagse van Empel.

In 2025 zijn we gestart met het leveren van een bijdrage aan Villa Pardoes. Een bijzondere plek waar ongeneselijk zieke kinderen samen met hun familie kunnen genieten van een vakantie en pretpark De Efteling. Naast het leveren van een financiële bijdrage gaan we iedere maand met collega's naar de locatie toe om samen met de kinderen pizza's te bakken en gezamenlijk op te eten. De jonge pizzabakkers ontvangen een officieel certificaat van Van Tol Convenience Food, zodat zij een tastbare herinnering hebben aan deze bijzondere dag.

Deze bijdrage geeft ons de kans om iets terug te doen voor de maatschappij, maar tegelijkertijd ook stil te staan bij het feit dat gezondheid niet vanzelfsprekend is.



pizza pardoes



4. Sourcing &

Product purchase

Om te verduurzamen, bekijken we de producten die we verkopen. Hoe en door wie worden deze geproduceerd en onder welke omstandigheden? Dat zijn zaken die we in de keten moeten bekijken. We voelen ons daar verantwoordelijk voor en geloven dat we samen met productpartners op moeten trekken om echt impact te kunnen maken.

4.2 Duurzame relaties

Voor het leveren van authentieke producten heb je betrouwbare en toekomstbestendige leveranciers nodig. We streven naar GFSI gecertificeerde leveranciers en daarnaast maken we met onze productiepartners afspraken over de samenwerking. Sinds dit jaar hebben we hier afspraken over CO_2 reductie, duurzaam verpakken en goed werkgeverschap aan toegevoegd.

4.3 Transparantie in de toeleveringsketen

We willen inzicht in de herkomst van onze producten en de daarvoor gebruikte ingrediënten. Een transparante toeleveringsketen is daarvoor noodzakelijk. Al onze leveranciers zijn Europese bedrijven en werken zo veel mogelijk met lokale ingrediënten. Vaak volgens traditioneel receptuur. Wij geloven erin dat voor een duurzame bedrijfsvoering onze grondstoffen moeten komen uit plekken waar dit ook oorspronkelijk gemaakt wordt. Zo komt een Pizza uit de regio Emilia-Romana en een Franse Crêpes uit Bretagne. Op bovenstaande wereldkaart geven we onze productielocaties weer.

Brand	Product	Land
Tolini	Pizza en brood-producten	Italië
Tolini	Pizza deegbollen	Polen
Creperie Jarnouxi	Crepes en Brood-producten	Frankrijk
Eierhoeve Lecoque	Eierproducten	België
Happy Food	Vlees en eier-producten	Duitsland
Le Monde Des Crepes	Crepes en Brood-producten	Frankrijk
Malvon	Empanada	Spanje
Ovod'or	Eierproducten	Nederland
Cocotine	Eierproducten	Frankrijk
Pinsami	Pizza en brood-producten	Italië
Slow Food Masters	Vleesproducten	Nederland





mooi voorbeeld

4.3.1 Lokale productie van Crêpes

De lekkerste crêpes worden geproduceerd op de plek waar zij van oorsprong vandaan komen met de lokale ingrediënten. Binnen Van Tol Convenience Food geloven we in die lokale oorsprong. Een van onze partners: Le Monde Des Crêpes is hier een mooi voorbeeld van. Zij produceren crêpes en andere beslagproducten met zo veel mogelijk lokale ingrediënten. Bovendien hebben zij zich altijd al gefocust op het verminderen van milieu-impact. Dat werd in 2020 bekroond met een **PME+ label.***

Ruim 65% van de ruwe grondstoffen worden lokaal in Bretagne ingekocht. Daarnaast werkt Le Monde Des Crêpes met respect voor het eindproduct: natuurlijke recepten zonder kooi-eieren, zonder toevoegingen, kleurstoffen, palmolie of GGO's.

Grondstoffen worden rechtstreeks ingekocht via meerjarige contracten die boeren een eerlijke vergoeding garanderen Alle boeren zetten zich in voor een rechtvaardige benadering van de melkproductie. Dit betekent landbouw die weidegang begunstigt, zonder behandelingen, met 100% Frans voer en zonder GGO's. Binnen deze boerderijen zijn er maximaal 80 koeien en werken maar twee tot drie werknemers. Bij de oprichting waren er vijf boerderijen, allemaal gelegen binnen een straal van 25 kilometer van de fabriek.

Ingrediënten en Landen van Herkomst



zout
Frankrijk, Italië, Oostenrijk, Spanje



water
Frankrijk, Italië, Spanje



tarwebloem
Frankrijk, Italië, Hongarije



gist
België, Italië



zonnebloemolie
Argentinië, Roemenië, Tsjechië



oregano
Turkije



scharrelheelei
Frankrijk, België, Nederland



zwarte peper
Indonesië



tomatenpulp
Italië



peper
Indonesië, Spanje



suiker
Italië, Spanje



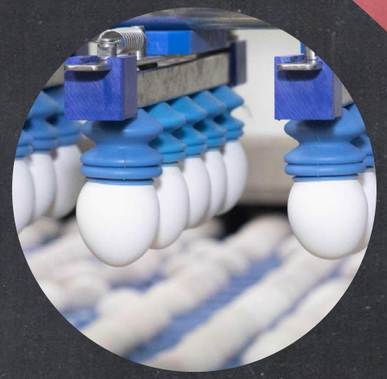
mozzarella kaas
Duitsland

**PME+ label: Dit is een Frans keurmerk dat wordt uitgereikt aan kleine en middelgrote ondernemingen die zich inzetten voor maatschappelijk verantwoord ondernemen en een hoge ethiek hanteren in relaties met belanghebbenden.*

THE CONVENIENCE FOOD INNOVATORS

4. Sourcing &

Product purchase



4.4 Beter voor de kip

Wij geloven dat gezonde kippen, betere eieren leggen. Dat komt ten goede aan de kwaliteit van onze producten. Onze leveranciers zijn verplicht te voldoen aan Europese wet- en regelgeving en dierenwelzijn is een belangrijke pijler bij de samenwerking met pluimveebedrijven. Daarnaast worden steeds vaker producten geleverd die voldoen aan welzijnstandaarden, zoals het Beter Leven keurmerk. We leveren verschillende typen eieren en bekijken met opdrachtgevers welk type ei het beste bij de klantvraag past, hierbij adviseren we over het ei dat beter is voor het milieu of het welzijn van de kip.

In-ovo sexing

Onze leverancier van eieren Cocotine maakt gebruik van de in-ovo sexing technologie. Deze methode maakt het mogelijk om al tijdens het broedproces het geslacht van kuikens te bepalen, waardoor het uitkomen en doden van mannelijke eendagskuikens wordt voorkomen. Hiermee draagt de sector bij aan een meer ethische en toekomstbestendige productieketen, met meer aandacht voor dierenwelzijn, innovatie en maatschappelijke verwachtingen.

In onderstaand overzicht zijn onze geleverde eieren in 2025 te zien.

4.4.1 De circulaire eierschaal van Lecoque

Onze gekookte eieren worden zonder schaal geleverd. Na het koken en koelen van de eieren worden deze bij onze leverancier Lecoque gepeld. De schalen die overblijven worden verwerkt tot secundair product voor de akkerbouw. Op deze manier maken we gebruik van het gehele ei.

(Bron: Lecoque-eggs.be/duurzaamheid)



Resultaten typen eieren

Type ei	Aantallen 2025
Verrijkte kooi	1.214.736
Vrije uitloop	4.342.134
Scharrel	4.464.009
Kipster	34.579
Rondeel	384.624

Om tot deze aantallen te komen is er een aanname van 50 gram per ei gedaan



4.5 Verpakkingen

Onze producten worden op verschillende wijze verpakt. Op dit moment werken we de hoeveelheden uit om vervolgens te kunnen kijken waar we mogelijk kunnen kiezen voor minder verpakkingsmateriaal of duurzaam verpakkingsmateriaal.

5. Van Tol & Logistics





We werken met verschillende productielocaties in Europa. Al onze producten worden getransporteerd naar onze opslaglocaties of direct naar klanten. Om deze logistieke processen goed in te richten werken we samen met een aantal transportpartners. Deze logistieke processen hebben impact op het milieu. We werken aan het verminderen van onze emissies door onze logistieke processen. Dit doen we samen met onze partners of met nieuwe partijen die hier stappen in zetten.

5.2 Logistieke bewegingen

De transporten vinden met name over de weg plaats. Hieronder staan onze logistieke bewegingen schematisch weergegeven.



5. Van Tol & Logistics

5.3 Up- en downstream transport

We zijn ons bewust van de CO_2-uitstoot die gepaard gaat met transport. Omdat we hiervoor afhankelijk zijn van onze logistieke partners, werken we samen aan verbeteringen. Verschillende transporteurs zetten stappen om de uitstoot van hun voertuigen te verlagen.

Zo wordt er bijvoorbeeld gekeken naar:

- **De ontwikkelingen rondom het elektrificeren van vrachtwagens**
- **Het vervangen van voertuigen naar Euro 6 Motoren**
- **Het vervangen van koelmotoren, die minder energie verbruiken**
- **Het geven van rijtrainingen voor zuinig rijden (eco-rijden) aan chauffeurs**

Ook van onze kant proberen we slimmer in te kopen. Een volle vrachtwagen biedt ruimte aan 33 pallets. Als we bij een productielocatie geen volledige trailer kunnen vullen, kijken we naar mogelijkheden om transporten te bundelen. Dit doen we bijvoorbeeld door bestellingen op meerdere locaties te combineren in één rit.

In 2025 werd 58% van onze upstream transporten uitgevoerd met volle trailers die uitsluitend onze producten bevatten. In totaal zijn er 5.661 pallets over 236 transporten vervoerd van onze producenten naar onze distributiecentra. Gemiddeld reden onze vaste transporteurs met een lading van 24 pallets per rit met onze producten. Wanneer het ons niet lukt om een trailer volledig te vullen, zoeken onze transporteurs actief naar combinaties met ladingen van andere opdrachtgevers. Zo blijven we samen werken aan efficiënter en duurzamer transport.



Het bundelen van transporten

Hieronder hebben we een overzicht van het totaal aantal vervoerde pallets en de afgelegde kilometers voor het transport van onze producten. We gebruiken onze vaste leveranciers voor up- en downstream transporten.

CO_2-Uitstoot door transport 2025

Soort transport	Transporteur	Aantal in km	Totaal aantal pallets
Upstream	Wichers Transport	238.959	5.661
Downstream	Vice Versa	164.171	5.009

5.4 Optimaal voorraadbeheer

Steeds meer producten worden vriesvers gemaakt. Hierdoor verspillen we minder voedsel. Tegelijkertijd heeft het opslaan in de diepvries een hogere milieu-impact. Samen met onze transport- en opslagpartners bekijken we hoe we onze diepgevroren voorraden zo efficiënt mogelijk kunnen benutten, om de milieu-impact te beperken.

Per productgroep berekenen we de nodige voorraad aan de hand van de verkopen van voorgaande jaren. Dit doen we in overleg met de opdrachtgevers en transporteurs. In de meeste gevallen wordt er voor ongeveer twee maanden voorraad ingekocht. In sommige periodes verhogen we voorraden om aan de hogere vraag te voldoen. Dit doen we bijvoorbeeld rond de feestdagen.

We bundelen zo veel mogelijk transporten en streven naar volle vrachtwagens. Om die reden kopen we hoeveelheden in die passen bij een halfvolle trailer (16 pallets) of een volle trailer (33 pallets). Daarnaast wordt er rekening gehouden met de minimale bestelhoeveelheid per artikel. Onze inkopers zoeken voortdurend de juiste balans tussen afzet en inkoop en wanneer zij zien dat de afzet achterblijft schakelen zij snel met onze medewerkers op de sales- en marketingafdeling.

5.5 Opslaglocaties

Naast een optimaal voorraadbeheer kunnen opslaglocaties werken aan hun energieverbruik om de milieu-impact te verminderen. We bekijken op welke wijze onze huidige opslagpartners hier mee bezig zijn.





6. Van Tol & Quality

De kwaliteit van onze producten staat voorop. Samen met onze leveranciers werken we hier elke dag aan. Kwaliteit is voor ons een product dat op traditionele wijze is geproduceerd, volgens de geldende wet- en regelgeving en voedselveiligheidsnormen die aansluiten op de wens van de klant. Het waarborgen van kwaliteit doen we met certificeringen en het in kaart brengen van de juiste klantwens.

6.2 Certificering

6.2.1 IFS Broker

Wij zijn in het bezit van een IFS-Broker certificaat. Dit certificaat is bedoeld voor handelsbedrijven en importeurs, zonder eigen logistiek en opslag. Het helpt onze opdrachtgevers bij het maken van een goede leverancierskeuze en de beheersing van risico's in de ingekochte materialen aantoonbaar te maken.

De IFS norm borgt de kwaliteit en veiligheid in de voedselketen en het broker certificaat is gebaseerd op de IFS Food Standard. Ieder jaar vindt er een audit plaats, waarbij de volgende thema's bekeken worden:

- **Verantwoordelijkheid van het management**
- **Kwaliteit en Product Safety Management System**
- **Resource management**
- **Planning en serviceprocessen**
- **Meting, analyse en verbetering**
- **Food Defense**

6.2.2 KAT e.v.

Om zekerheid over de herkomst van eieren te kunnen waarborgen zijn wij KAT e.v. gecertificeerd. Iedere organisatie die met de verkoop van eieren te maken heeft wordt getracht deze certificering in huis te hebben.

Met behulp van de zogenaamde eiercode kan de consument de herkomst traceren in de KAT database.

De code die op het ei staat bedrukt is als volgt opgebouwd:



6.2.3 Global Food Safety Initiative

Wij streven naar samenwerkingen met leveranciers die in het bezit zijn van een GFSI certificaat. 90% van onze toeleveringspartners is in het bezit van deze certificering. GFSI staat voor de Global Food Safety Initiative en is een wereldwijde, op de industrie gebaseerde organisatie die zich richt op het verbeteren van de voedselveiligheid wereldwijd. Het GFSI heeft als doel om een gemeenschappelijk kader voor voedselveiligheid te creëren dat bedrijven in de voedingssector helpt om voedselveiligheidssystemen te verbeteren, consistentie te waarborgen en te voldoen aan internationale normen.

Hoewel het Global Food Safety Initiative (GFSI) vooral gericht is op voedselveiligheid, heeft het ook effect op duurzaamheid door bedrijven te stimuleren duurzame praktijken in hun bedrijfsvoering te integreren. Dit ondersteunt niet alleen de wereldwijde voedselveiligheid, maar ook het verduurzamen van de toeleveringsketen, het verlagen van afval en energieverbruik, en het stimuleren van sociaal verantwoorde ondernemingen. Duurzaamheid en voedselveiligheid zijn met elkaar verbonden, en GFSI is van groot belang voor het bevorderen van beide.

GFSI bevordert duurzaamheid op verschillende manieren:

- ***Integratie van Duurzaamheidscriteria in Voedselveiligheidssystemen***
- ***Stimuleren van Duurzaam Beheer van Grondstoffen***
- ***Minder Afval en Efficiënt Gebruik van Hulpbronnen***
- ***Verantwoordelijke Arbeidsomstandigheden***
- ***Klimaatverandering en Emissiereductie***
- ***Verhoogde Transparantie in Duurzaamheidsverslaggeving***

Onder de GFSI-paraplu vallen onder andere de volgende schema's;

- ***FSSC22000***
- ***BRCGS (Global Standard Food Safety (Issue 9)***
- ***IFS (International Featured Standards) IFS Food v8***

Wanneer regels worden overtreden wordt dit gemeld. Bijvoorbeeld wanneer het transport op onjuiste temperaturen uitgevoerd wordt of wanneer er fouten gemaakt zijn op etiketten. In 2024 zijn er geen incidenten gemeld bij Van Tol Convenience Food.

ISO 22000

Sommige van onze leveranciers zijn ISO22000 gecertificeerd. Deze norm valt niet onder de paraplu van GFSI. In 2024 heeft ISO amendementen gepubliceerd voor alle managementsysteemnormen, waardoor klimaatverandering een verplicht aandachtspunt is geworden in de contextanalyse. Dit is een uitvloeisel van de door ISO ondertekende London Declaration waarmee zij zich committeert om via internationale normen bij te dragen aan het tegengaan van en aanpassen aan de gevolgen van klimaatverandering.



6. Van Tol & Quality



6.3 Klantwens

We vinden het belangrijk om de klantwens goed in beeld te brengen. Op die manier zorgen we voor de juiste fit en voorkomen we voedselverspilling of onnodige productie. We starten daarom altijd met een grondige klantanalyse waarin de specifieke behoeften en verwachtingen in kaart worden gebracht. Hierbij kijken we niet alleen naar de directe vraag, maar ook naar de achterliggende probleemstellingen vanuit de markt. Dit voorkomt onnodige ontwikkelingsstappen en zorgt dat oplossingen vanaf het begin beter aansluiten.

Vervolgens starten we met sourcing. Hierbij zoeken we leveranciers en producten die passen bij de gevraagde specificaties én waar mogelijk bijdragen aan onze duurzaamheidsdoelen, bijvoorbeeld door efficiëntere verpakkingen, alternatief voor het huidige product of kortere transportafstanden.

Het product wordt vervolgens zorgvuldig gepositioneerd middels een tasting of demo met de klant. We kijken hierbij naar de juiste manier van presenteren, zodat het aanbod voor de klant helder en aantrekkelijk is, zonder overbodige varianten of verspilling.

Na het aanbieden van het voorstel volgt een evaluatie. In deze stap wordt gecontroleerd of de oplossing voldoet aan de verwachtingen, zowel qua kwaliteit en prijs. Pas wanneer alles op orde is, wordt overgegaan tot de uitrol van het product.

Door deze gestructureerde werkwijze kunnen wij gericht inspelen op de klantbehoefte, langdurige relaties opbouwen en tegelijkertijd onnodige verspilling in tijd, middelen en voorraden voorkomen.



Bekijk ons volledige assortiment!

Scan de QR-code.

vantol.nl/producten-vantol

6.4 Assortiment

In het verleden hebben we onze producten vaak een op een aan de klantwens aangepast. Dit zorgt voor veel assortiment differentiatie met bijvoorbeeld telkens een andere verpakkingsinhoud. We streven naar minder differentiatie in ons assortiment. Door te werken met minder differentiatie en meer standaard producten zullen meerdere afnemers dezelfde producten afnemen. Hierdoor verhogen we de rotatiesnelheid en productie efficiëntie en verminderen we voedselverspilling. Minder differentiatie in ons assortiment heeft dus een positieve impact op het milieu.

6.5 Communicatie

De communicatie met de klant en producent is essentieel voor het produceren van de juiste producten. Na het in kaart brengen van de klantwens zetten we de productie in gang. Het juist doorgeven van productinformatie is een vereiste.

De taalbarrière tussen ons personeel en de producerende leverancier kan hier een struikelblok in zijn. We werken aan standaardprocessen waarmee we alle informatie die de producenten nodig hebben verwerken, zodat dit een meer autonoom proces wordt. Hierdoor willen we voorkomen dat verkeerde productsamples gemaakt worden die niet aan de klantwens voldoen.

CO_2 uitstoot

			CO_2-emissiefactor	CO_2-equivalent
Scope 1				
Brandstof & warmte	Aardgas	1.244 m^3	2,13 kg CO_2/m^3	2,65 ton CO_2
Zakelijk verkeer	Personenwagen (in liters) benzine	12.760 liter	2,80 kg CO_2/liter	35,7 ton CO_2
Zakelijk verkeer	Bestelwagen In km (scope 1)	13.108 km	0,282 kg CO_2/km	3,70 ton CO_2
			Subtotaal	*42,0 ton CO_2*
Scope 2 market-based				
Elektriciteit	Ingekochte elektriciteit	13.285 kWh	0,497 CO_2/kWh	6,60 ton CO_2
Elektriciteit	Waarvan groene stroom (uit zonne-energie)	13.285 kWh	-0,497 kg CO_2/kWh	-6,60 ton CO_2
Zakelijk verkeer	Elektrische auto's laad pas (grijze stroom)	47.916 km (6km/kWh)	0,0828 CO_2/km (6km/kWh)	3,97 ton CO_2
			Subtotaal	*3,97 ton CO_2*
Scope 3				
1. Inkoop	Cat 1. Inkoop	5.789 ton CO_2	1.000 kg CO_2/ton CO_2	5.789 ton CO_2
1. Inkoop	Drinkwater	219 m^3	0,298 kg CO_2/m^3	0,0653 ton CO_2
4. Upstream transport	Uitbesteed wegtransport (palletplaats km)	6.027.296 palletptaats km	0,0375 kg CO_2/palletplaats km	226 ton CO_2
6. Zakelijk verkeer	Vliegtuig mondiaal (>2500 km)	11.946 personen km	0,157 kg CO_2/persoon km	1,88 ton CO_2
7. Woon-werkverkeer	Benzineauto (km)	15.819 km	0,195 kg CO_2/km	3,08 ton CO_2
7. Woon-werkverkeer	Elektrische auto (km)	504 km	0,062 kg CO_2/km	0,0312 ton CO_2
7. Woon-werkverkeer	Elektrische fiets	4.116 km	0,003 kg CO_2/km	0,0123 ton CO_2
7. Woon-werkverkeer	Fietsen lopen	4.890 km	0 kg CO_2/km	0 ton CO_2
			Subtotaal	*6.020 ton CO_2*
			CO_2-uitstoot	**6,066 ton CO_2**

7. Climate Change

De opwarming van de aarde is steeds vaker voelbaar en de gevolgen daarvan zijn groot. Wij voelen ons verantwoordelijk om de impact van onze producten op het klimaat zo klein mogelijk te houden. We zetten hiervoor stappen, maar zijn in veel gevallen afhankelijk van onze toeleveranciers. Dit moeten we samen oppakken.

7.1 Onze ambities

Nadat onze producten geproduceerd zijn worden deze vervoerd naar onze klanten en opslaglocaties. Om de kwaliteit en voedselveiligheid te waarborgen koelen we deze producten. Daarnaast werken we met ons team samen op één locatie in 's-Hertogenbosch. We hebben energie nodig om onze processen te laten draaien. We proberen hiervan de uitstoot te verkleinen door onder andere:

- **Samen te werken met transporteurs die aandacht hebben voor het verminderen van de CO_2-uitstoot van transportmiddelen.**
- **Het zo veel mogelijk bundelen van transporten**
- **Gebruik te maken van opslaglocaties die werken aan het gasloos maken van de opslagmogelijkheden**
- **Het zelf opwekken van stroom door zonnepanelen**
- **Het verminderen van voedselverspilling en afval**
- **Onze productiepartners informeren over nieuwe voedingsbronnen en alternatieven**
- **Bekijken hoe we reststromen kunnen verwerken tot nieuwe producten**

7.2 CO_2-Voetafdruk

We kunnen het snelst impact maken in onze eigen bedrijfsvoering. We genereren daarom steeds meer inzicht in onze CO_2-Uitstoot. Samen met onze partners bekijken we de uitstoot in scope 3.
Voor onze producten (Cat. 1 Ingekochte goederen) gebruiken we de PS Impact Score om onder andere de CO_2-Voetafdruk te meten.

7.3 PS Impact Score

Om inzicht te creëren in de ecologische voetafdruk van onze producten werken we met de PS Impact Score. In samenwerking met HowGood, CarbonCloud en Inoqo worden de scores berekend. Daarbij wordt gekeken naar:

- **Uitstoot van broeikasgassen bij productie**
- **Verwerking van het product**
- **Waterverbruik**
- **Biodiversiteit**
- **Impact op de bodem**
- **Landgebruik**
- **Arbeidsomstandigheden**
- **Dierenwelzijn**



De score helpt ons inzicht te creëren in scope 3 van onze voetafdruk. De scores worden berekend aan de hand van de ingrediënten en het land van herkomst. Bij het berekenen van onze CO_2-Voetafdruk zijn we uitgegaan van de Cradle-to-grave uitstoot.

psinfoodservice.com/ps-impact-score/

7. Climate Change

7.4 Voedselverspilling

Om voedselverspilling te beperken houden wij de THT-datums en voorraden van onze producten nauwlettend in de gaten. Zodra we signaleren dat er een overschot dreigt te ontstaan, ondernemen we actie. In eerste instantie onderzoeken we de mogelijkheden voor een THT-verlenging, zodat de producten langer houdbaar blijven.

Wanneer verkoop toch niet haalbaar blijkt, zoeken we samenwerkingen met instanties die verspilling tegengaan, zoals de Voedselbank en Too Good To Go. Daarnaast zetten we in op productsponsoring voor lokale verenigingen en maatschappelijke initiatieven. Op deze manier proberen we te voorkomen dat producten vernietigd moeten worden, en dragen we bij aan een duurzamer gebruik van onze grondstoffen.

Voedselverspilling bij onze productiepartners is op dit moment nog niet volledig in kaart gebracht. Het is een van onze doelstellingen om dit inzichtelijk te maken. Zodra we hierover meer gegevens hebben, willen we samen met onze partners in gesprek gaan om te onderzoeken op welke manieren voedselverspilling in de keten kan worden verminderd.

7.5 Duurzaamheid bij onze partners

7.5.1. Toeleveringspartners

De mate waarin onze toeleveringspartners met duurzaamheid omgaan verschilt aanzienlijk. Alle partners zijn verplicht te voldoen aan Europese wetgeving op het gebied van duurzaamheid, aangevuld met de geldende lokale regelgeving in hun eigen land.

Op dit moment zijn de duurzaamheidsplannen (deels) bekend van de volgende partners:

- **Lecoque Eggs**
- **Le Monde des Crepes**
- **Cocotine/PEP/Eureden**





7.5.2 Afnemers

Hoe onze afnemers omgaan met duurzaamheid is op dit moment nog niet volledig in beeld. Wel zijn wij actief in gesprek met onze klanten om samen duurzame verbeteringen door te voeren. Hierbij richten we ons onder andere op:

- **Het zo efficiënt mogelijk organiseren van transport;**
- **Het afstemmen van bestelde aantallen op de verwachte verkopen;**
- **Het direct versturen of samenvoegen van bestellingen waar mogelijk;**
- **Het duidelijk communiceren van productspecificaties om voedselverspilling te voorkomen;**
- **Het beschikbaar stellen van onze interne QA-afdeling voor vragen of onduidelijkheden over producten.**

Door onze klanten van de juiste productinformatie en ondersteuning te voorzien, helpen wij hen om deze kennis te vertalen naar hun eigen duurzaamheidsplannen.





8. Onze ambitie voor

2030

Voor iedere pijler hebben we onze ambitie beschreven. We zijn bezig met het opstellen van concrete KPI's en het in gang zetten van verschillende acties om deze ambitie te realiseren.

Sourcing & Product Purchase

In 2030 voert Van Tol een inkoopbeleid waarin duurzaamheid standaard is geïntegreerd. Leveranciers worden geselecteerd op het bezit van een duurzaamheidsbeleid en op hun inzet voor verantwoorde grondstoffen, transparantie en eerlijke arbeidsomstandigheden.

Grondstoffen zijn zoveel mogelijk gerecycled, recyclebaar of afkomstig uit duurzame bronnen. Nieuwe materialen worden kritisch beoordeeld op milieu-impact. Productiepartners werken energie-efficiënt en maken gebruik van hernieuwbare energie.

Bij transport en verpakking is CO_2-reductie een vast criterium. Daarbij kiezen we, indien mogelijk, voor regionale leveranciers en circulaire verpakkingsoplossingen. Certificeringen zoals BRC en IFS blijven de norm binnen het leveranciersbeleid.

Climate change

In 2030 heeft Van Tol de volledige CO_2-uitstoot (Scope 1, 2 en 3) in kaart en stuurt actief op vermindering. Omdat de grootste impact in de keten plaatsvindt, wordt CO_2 meegenomen in het sourcen van producten en in de samenwerking met productiepartners.

Door structurele afstemming tussen afdelingen en partners wordt voedselverspilling verminderd, onder meer via betere forecasting, transportoptimalisatie en efficiëntere benutting van overschotten.

Logistics

In 2030 worden onze producten in samenwerking met onze transportpartners zo duurzaam mogelijk getransporteerd. Daarbij hebben we aandacht om transporten zo veel mogelijk te bundelen en gebruik te maken van biobrandstof, elektrische of hybride koelvoertuigen. Daarnaast maken we gebruik van energiezuinige opslaglocaties en distributiecentra.

People & Culture

In 2030 is Van Tol een voorbeeld van een modern familiebedrijf waarin vakmanschap, samenwerking en innovatie centraal staan. We hebben onze waarden vastgelegd in HR-beleid en zetten ons actief in voor de mensen om ons heen. Binnen de keten hebben we inzicht in arbeidsomstandigheden op productielocaties en dragen we bij aan maatschappelijke initiatieven zoals Villa Pardoes.

Quality

In 2030 zetten we het gebruik van grondstoffen efficiënt in, is er minder verspilling en maximale transparantie binnen de keten. Daarnaast hebben we voortdurend oog op de voedselveiligheid en kwaliteit van onze producten. Waarbij we blijven streven naar smaakvolle, hoogwaardige producten die geproduceerd zijn volgens authentiek recept.

VAN TOL THE CONVENIENCE FOOD INNOVATORS

colofon

Uitgave
Van Tol Convenience Food B.V.

Publicatiedatum
Augustus 2026

Verslagperiode
1 januari 2025 - 31 december 2025

Redactie en coördinatie
Advandet, Niels Kerstens
Van Tol Convenience Food, Emile Vrensen

Grafische vormgeving
Studio RBEE, Ronald van der Burgt

Bijdragen
Dit verslag is tot stand gekomen dankzij de samenwerking van collega's uit de afdelingen Directie, Inkoop, Quality Assurance, Logistiek, Sales, Finance en Marketing.

Vragen of opmerkingen?
Heeft u vragen, suggesties of wilt u met ons in gesprek over duurzaamheid? Neem dan contact met ons op.

e-mail: sales@vantol.nl
website: vantol.nl/duurzaamheid

VAN TOL THE CONVENIENCE FOOD INNOVATORS

Open einde

Dit duurzaamheidsverslag markeert geen eindpunt, maar een tussenstap. De foodindustrie verandert voortdurend en wij blijven meebewegen met de uitdagingen en kansen van morgen.



© 2026 Alle rechten voorbehouden

De informatie in dit duurzaamheidsverslag is met zorg samengesteld op basis van de op het moment van publicatie beschikbare gegevens. Aan de inhoud kunnen geen rechten worden ontleend. Ondanks onze inspanningen kunnen onjuistheden of wijzigingen voorkomen.

Van Tol Convenience Food B.V. Uilenwaard 23 | 's-Hertogenbosch (NL) | T 073 645 06 73 | E sales@vantol.nl