de Smaakspecialist

EVERY BITE MATTERS

IMPACT REPORT

2024

Certified B Corporation

HIGHLIGHTS 2024

NEW
RAW ORGANIC SPORTS

3500+
WINKELS
WAAR ONZE PRODUCTEN TE VINDEN ZIJN IN HET SCHAP

TOP40
ONES2WATCH
BIOTODAY IN DE INSPIRE-RENDE 40

1.100
KINDEREN
KIDSPROEF LES GEGEVEN

21 NPD
INTRODUCTIES
SUCCESVOLLE NIEUWE PRODUCTEN VAN DIVERSE MERKEN

TV
OPTREDEN
DE SMAAKSPECIALIST "DOE MAAR DUURZAAM" OP SBS6

NEW
BETTER PETE
BE LIKE PETE, CHOOSE BETTER

10
RECEPTEN
IN SAMENWERKING MET SANDRA YSBRANDY

INHOUD IMPACT REPORT 2024

VOORWOORD
PIETER DIRVEN
PAGINA 4

B CORPORATION
HOOGSTE STANDAARDEN SOCIALE & DUURZAME IMPACT
PAGINA 6

DUURZAAMHEID
BIOLOGISCH ALS ONDERDEEL VAN DE OPLOSSING
PAGINA 8

SDG'S
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
PAGINA 10

PRODUCTEN
GOED VOOR MENS, DIER EN NATUUR
PAGINA 12

ASSORTIMENT
VAN DKW TOT VERS, EN VAN VEGAN TOT ZEEWIER
PAGINA 14

IN THE SPOTLIGHT
DE SMAAKSPECIALIST ZET ZICH ON- EN OFFLINE OP DE KAART
PAGINA 16

SALES
VAN RETAIL TOT ONLINE IN BINNEN- EN BUITENLAND
PAGINA 18

SMAAKT
GOED VOOR JEZELF, JOUW OMGEVING EN ONZE TOEKOMST
PAGINA 20

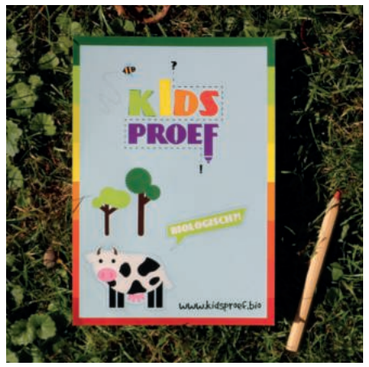
BIOTODAY
PRODUCTEN DIE EEN LACH OP JE GEZICHT TOVEREN
PAGINA 22

RAW ORGANIC FOOD
BE PURE EAT RAW
PAGINA 24

CONSENZA
LEKKER ÉN GLUTENVRIJ ETEN
PAGINA 26

SEAMORE
SOME SEAWEED, WE SEAMORE
PAGINA 28

IMPACT PROGRAMMA'S
KIDSPROEF, BIO PROEFLOKAAL EN ORGANIC KITCHEN
PAGINA 30



LANDGOED LUCHTENBURG
EEN VERLENGSTUK VAN ONZE MISSIE
PAGINA 32

PARTNERS
CERTIFICATEN EN SAMENWERKINGEN
PAGINA 34

VOORWOORD

PIETER DIRVEN

Wij geloven in de kracht en noodzaak van goede voeding voor een leefbare wereld en alleen samen kunnen we dat bereiken. Het is de boodschap die ons voedt en richting geeft en die we steeds opnieuw uitdragen. Daarom laten we zien welke stappen nodig zijn en welke stappen wij zelf zetten voor een toekomst die mens, natuur en dier beschermt.

BIOLOGISCH FUNDAMENT

Biologisch vormt voor ons de basis van duurzame landbouw. Het is een totaalpakket aan oplossingen: voor een gezonde voedselvoorziening, voor het herstel van biodiversiteit en voor schoon drinkwater. Het is een integraal antwoord op de uitdagingen van vandaag. Practice what you preach: dat zie je terug in hoe wij werken en waar wij in investeren.

IEDEREEN KAN BIJDRAGEN

De voedseltransitie is geen verhaal van bedrijven alleen; iedereen kan bijdragen. Of je nu retailer, consument of producent bent, iedere keuze en hap telt. We zien gelukkig dat steeds meer mensen willen, maar daar horen ook middelen, bewustzijn en toegang bij. Zoals ik het vaak zeg: *"Het moet en kan anders. Echt waar. Wij zijn overtuigd, we zien het om ons heen. Mensen willen, maar ze moeten uiteraard wel de middelen hebben. Als je kunt, heb je een verantwoordelijkheid en die moet je nemen."*
Pieter Dirven

EERLIJKE PRIJZEN VOOR BOER EN CONSUMENT

Biologische producten hebben het imago dat ze duurder zijn dan regulier. Wij doen er alles aan om de kosten zo laag mogelijk te houden. Maar wie bedenkt dat conventionele voeding eigenlijk te goedkoop is, ziet
meteen de uitdaging waar we voor staan. Voeding is een van de belangrijkste dingen in het leven; zonder voeding houdt alles op. Het is daarom van belang dat we met elkaar de waarde van voeding opnieuw leren zien. Educatie is daarbij essentieel, en met Kidsproef en het Bioproeflokaal dragen we daar actief aan bij.
Daarnaast zetten wij in op het optimaliseren van de keten, zodat gezonde en verantwoorde producten tegen de juiste prijs beschikbaar zijn. Met ons nieuwe merk Better Pete gaan we ook in prijs de concurrentie aan met de gevestigde orde: we hanteren het prijsniveau van
A labels, zodat de betere keuze bereikbaar wordt voor een breed publiek.

NAAR EEN PLANTAARDIGER VOEDSELSYSTEEM

Stap voor stap moeten we bewegen naar een plantaardiger voedselsysteem. Dat is noodzakelijk voor de toekomst. Daarom kiezen we vaker voor eiwitten uit planten. Minder vlees en vis, meer variatie. Met groente als hoofdrolspeler ontstaat een keuken die verrast en minstens zo lekker is. "Dit is de verandering die nodig is. Meer biologisch en meer plantaardig. Daar staan we sinds onze oprichting voor, en daarmee gaan we door," aldus Pieter Dirven.

BIOLOGISCH, DE NIEUWE STANDAARD

Afgelopen jaar zien we dat steeds meer verschillende biologische producten in het reguliere schap verschijnen, vaak als huismerk. De Smaakspecialist levert hiervoor onder private label aan retailers en breidt tegelijk het eigen assortiment uit, zodat we ook met onze eigen merken invulling geven aan deze verschuiving waar we ons al lang voor inzetten. Die ontwikkeling vergroot de zichtbaarheid, verlaagt de drempel en brengt ons dichter bij onze ambitie: biologisch als nieuwe standaard. De bewuste shopper kan uiteraard nog steeds terecht in het aparte schap bij dieet en glutenvrij. Voor een volwaardig en innovatief schap voor wholefoodproducten kan de retail rekenen op de innovatiekracht en ervaring van de Smaakspecialist.

BE LIKE PETE, CHOOSE BETTER

2024 stond voor ons in het teken van innovatie. We introduceerden Better Pete, een nieuw biologisch merk dat gezonde en duurzame voeding toegankelijker maakt voor een breed publiek. Better Pete is gestart met een mooi assortiment ontbijtgranen die rijk zijn aan proteïne, minder suiker bevatten en aantrekkelijk verpakt zijn. Met de slogan "Be like Pete, Choose Better" willen we consumenten inspireren om bewust te kiezen – voor zichzelf én voor de planeet. Het merk is bewust gepositioneerd in de reguliere schappen van supermarkten: betaalbaar, herkenbaar en toegankelijk.
In 2025 kun je nog veel meer heerlijke Better Pete producten verwachten in verschillende productcategorieën.

BIOLOGISCHE EN PLANTAARDIGE SPORTVOEDING

Daarnaast lanceerden we RAW Organic Sports. Sportvoeding is in korte tijd mainstream geworden; schappen vol shakes en repen verschijnen in steeds meer supermarkten. Met RAW Organic Sports bieden wij een volwaardige biologische tegenhanger: producten vol nutriënten en hoogwaardige eiwitten, zonder concessies aan smaak, gezondheid of milieu. Hiermee maken we duidelijk dat prestaties en duurzaamheid prima hand in hand gaan.

WAT KUN JIJ DOEN?

Wij geloven dat supermarkten een sleutelpositie innemen in de transitie. Hier worden de keuzes gemaakt die ertoe doen. In de Green Deal is afgesproken dat in 2030 minstens 15% van het assortiment biologisch moet zijn, dit jaartal komt rap dichterbij. Dat kan – en moet – sneller. Vandaag beginnen, niet morgen. "Wij geloven dat er een grote rol is weggelegd voor de supermarkten. Daar wordt de aankoop gedaan, dus daar moet het juiste aanbod liggen. Samen kunnen we dit." – Pieter Dirven
De verandering begint bij elke keuze die we maken. Als retailer kun je meer biologisch in je assortiment opnemen, ze beter positioneren. Als consument kun je vaker een biologisch product kopen. Kies vaker voor plantaardig. Kies vaker voor beter. We beloven dat je er geen spijt van zult krijgen. Voor jezelf en de wereld om je heen.

PIETER DIRVEN

KIDSPROEF

BIO PROEFLOKAAL

Goede voeding vormt de basis voor een gezonde toekomst en een leefbare wereld. Met onze impactprogramma's richten we ons op jong en oud, omdat bewustwording in elke levensfase begint. Via KidsProef en Bio Proeflokaal delen we kennis en inspiratie en laten we zien dat bewuste voeding niet alleen beter is, maar ook lekker.

KIDSPROEF

Bij KidsProef geloven we dat échte verandering begint bij de jongste generatie. In een tijd waarin voedingsonderwijs nog geen vast onderdeel is van het lesprogramma, laten wij kinderen op een positieve en speelse manier ontdekken hoe belangrijk voeding is voor henzelf én voor de wereld om hen heen.

Sinds de eerste gastles in 2017 hebben vele leerlingen in Nederland via KidsProef geleerd waar hun eten vandaan komt en welke impact hun keuzes hebben op mens, dier en milieu. Ook in 2024 verzorgden we meer dan 50 gastlessen en bereikten we meer dan duizend kinderen met ons educatieve programma.

Tijdens onze gastlessen staat leren door te doen centraal. Kinderen ontdekken voeding met al hun zintuigen: zien, ruiken, voelen, proeven en ervaren. Zo blijft kennis beter hangen en groeit nieuwsgierigheid uit tot bewustwording.

We richten ons op groepen 7 en 8, een leeftijd waarop kinderen steeds vaker zelf keuzes maken. Door educatie te combineren met beleving leggen we een basis voor bewust eetgedrag, vandaag én in de toekomst. Want wie jong leert kiezen, maakt later écht het verschil.

BIO PROEFLOKAAL

Bio Proeflokaal is één van onze impactprogramma's en richt zich op bewustwording bij consumenten door ervaren in plaats van uitleggen. Tijdens een Bio Proeflokaal-editie proef je uitsluitend biologisch. Met veel passie laten we zien en proeven dat je met biologische ingrediënten de heerlijkste gerechten kunt maken, met verrassende combinaties en pure smaken.

In 2024 hebben we Bio Proeflokaal verder verdiept en verbreed met thematische edities en samenwerkingen. Zo organiseerden we onder andere een speciale Valentijnsdiner, een zomerse barbecue-editie, een picknick op het landgoed en een editie in samenwerking met Salon de Provence, waarbij culinair genieten hand in hand ging met aandacht voor mens, dier en milieu.

Tijdens het Bio Proeflokaal wordt met onder andere producten van de Smaakspecialist een biologisch meergangendiner bereid. Elke editie laat zien hoe toegankelijk bewuste keuzes kunnen zijn. Culinair genieten, met oog voor de wereld, waarbij deelnemers ontdekken dat biologisch eten niet alleen een bewuste, maar vooral ook een smaakvolle keuze is.

DUURZAAMHEID

BIOLOGISCH ALS ONDERDEEL VAN DE OPLOSSING

Kan biologisch eten de groeiende wereldbevolking wel voeden? Is biologisch niet gewoon greenwashing? Is het bewezen dat biologisch gezonder is? Stoot biologische landbouw minder CO2 uit dan de gangbare landbouw? Waarom is biologisch eten duurder? De toegevoegde waarde van biologische voeding en landbouw op mens, dier en natuur staat nog niet altijd en bij iedereen scherp op het netvlies. Toch wordt de impact van ons voedselsysteem op de natuur en het klimaat gelukkig steeds inzichtelijker. En wij weten het al: biologisch is een onderdeel van de oplossing.

DE MONDIALE AGENDA

Farm to fork, Green Deals, klimaatakkoorden, COP26, **Sustainable Development Goals**, circulaire economie, kringlooplandbouw. Aan visies en beleid geen gebrek. In de wirwar van initiatieven is het soms lastig een concrete aanpak te ontdekken in het duurzaamheidslandschap. Toch zijn er in het kader van voedsel wel een aantal hoofdthema's te onderscheiden; **duurzame, natuurvriendelijke en schone voedselproductiesystemen**, gezonde voedselomgeving, kennis rondom duurzame voeding en consumptie, een meer **plantaardig dieet**, circulaire productie, voedselverspilling, biosfeer en **biodiversiteit**, uitstoot van broeikasgassen. Ook zien we, naast een heleboel sturende richtlijnen, een aantal concrete doelstellingen die zijn vastgelegd:

ENERGIENEUTRAAL IN 2050 / 1,5°C-DOELSTELLING
Klimaatakkoord Parijs, ondertekend door 195 landen
GEBRUIK VAN CHEMISCHE PESTICIDEN -50% IN 2030
Farm to Fork strategie, Europese Commissie
GEBRUIK VAN MESTSTOFFEN -20% IN 2030
Farm to Fork strategie, Europese Commissie
METHAANUITSTOOT -30% IN 2030
COP26, ondertekend door 100+ landen

TENMINSTE 25% BIOLOGISCHE LANDBOUW IN 2030
Farm to Fork strategie, Europese Commissie
VOEDSELVERSPILLING PER HOOFD -50% IN 2030
Farm to Fork strategie, Europese Commissie

ONTWIKKELINGEN OP HET GEBIED VAN BIOLOGISCH

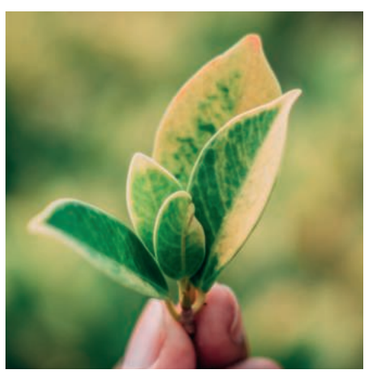
Biologisch groeit harder dan de markt. Meer huishoudens kopen vaker en besteden meer, resulterend in de groei van 36% ten opzichte van 2020. De welgestelde huishoudens met kinderen (23.3%), de welgestelde gepensioneerden (23.8%) en de kostwinners 2 personen (12.1%) zijn samen goed voor bijna 60% van de biologische omzet (bron: GFK). Toch is het omzetaandeel van biologisch bij de supermarkt nog maar 3%. Het overbrengen van het belang van biologisch lijkt de sleutel tot verdere groei. Van onbewust naar bewust.

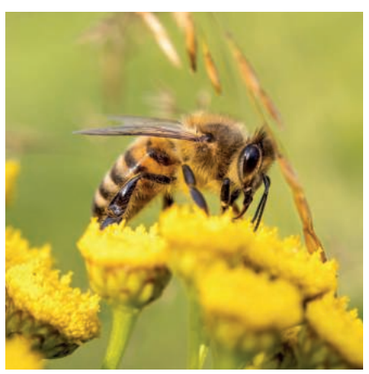
ACTIEPLAN

De Nederlandse biologische sector staat voor een uitdaging. Het ontbreekt aan een adequaat beleid en initiatieven om de sector te ondersteunen. Maar er is hoop. Een ambitieuze strategie roept op tot samenwerking tussen alle belangrijke spelers – producenten, verwerkers, retailers en consumenten – om de biologische markt te laten groeien. Deze strategie benadrukt drie essentiële aandachtsgebieden: samenwerking met retail- en foodservicebedrijven, een krachtig beleidskader en organisatorische ontwikkeling. Het doel? Een jaarlijkse groei van 15% en een toename van de verkoop met 200% tegen 2030. Door gerichte acties om de bekendheid van biologische producten te vergroten, het aanbod uit te breiden en innovatie te stimuleren, kan Nederland een leidende rol spelen in de biologische sector.

DE MOOISTE BOODSCHAP IS BIO - OOK IN 2024

De transitie naar een duurzamer voedselsysteem vraagt om samenwerking tussen producenten, retailers en consumenten. De supermarkt speelt daarin een sleutelrol. Daarom werd in 2022 door Bionext de driejarige campagne "De mooiste boodschap is bio" gelanceerd. De Smaakspecialist neemt ook in 2024 als co-financier actief deel aan dit programma.





De campagne richt zich op het vergroten van de zichtbaarheid en bekendheid van biologische producten, onder andere via nudging op de winkelvloer en in webshops. Door biologische producten op het juiste moment extra aandacht te geven, krijgen consumenten een laagdrempelig duwtje richting een bewuste keuze.
In samenwerking met Nederlandse retailers vonden in de afgelopen periode meerdere nudgingcampagnes plaats, onder andere bij Jumbo en Albert Heijn. Deze aanpak laat zien dat aandacht werkt: extra zichtbaarheid draagt bij aan bewustwording én stimuleert de verkoop van biologische producten.

In 2024 werd deze aanpak verder opgeschaald met een grootschalige campagne in 90 Albert Heijn-winkels, waarbij ook producten van de Smaakspecialist extra zichtbaarheid kregen. Zo laten we zien dat biologisch een vanzelfsprekende keuze kan zijn in het dagelijks leven.

Bron: Bionext greenpapers

PRODUCTEN

GOED VOOR MENS, DIER EN NATUUR

Een goed product heb je niet zomaar. Daar wordt heel veel liefde en aandacht in gestopt, op elk moment in het productieproces. Bovendien moeten biologische producten ook nog eens aan strenge eisen voldoen om het welbekende groene blaadje van Skal als keurmerk te mogen dragen.

BIOLOGISCHE BOER

Het begint bij de boer. **Vrijwel al onze producten zijn afkomstig uit de biologische landbouw.** Bij de biologische boer worden producten **onder zo natuurlijk mogelijke omstandigheden geproduceerd**, waarbij een zo gezond mogelijk ecosysteem wordt gecreëerd. In de landbouw betekent het dat er wordt gewerkt met **compost en natuurlijke mest, zonder chemisch-synthetische hulpmiddelen en GMO-vrij**.

GECERTIFICEERDE LEVERANCIERS

De Smaakspecialist werkt uiteraard samen met **biologisch gecertificeerde leveranciers**. Naast goede producten, willen we ook dat onze producten onder goede werkomstandigheden worden geproduceerd. Daarom heeft de Smaakspecialist een **Code of Conduct** ontwikkeld, die de werkstandaarden definieert voor **goede en humane werkomstandigheden**. Onze partners onderschrijven deze Code of Conduct, waarin zij zich committeren aan hoge ethische standaarden. Enerzijds voor voedselveiligheid en kwaliteit, anderzijds in relatie tot mens, dier en natuur.

PRODUCTIE

Ook bij de eventuele verdere verwerking worden biologische producten **zo puur en natuurlijk mogelijk** gehouden. Dat betekent **zonder kunstmatige toevoegingen en conserveermiddelen**.

SKAL BIOCONTROLE

Al onze biologische producten voldoen aan de **strenge Skal Biocontrole eisen** en zijn herkenbaar aan het logo met het **groene blaadje**. Skal Biocontrole zet zich als **onafhankelijk toezichthouder** in voor aantoonbare **betrouwbaarheid van biologische producten** in Nederland.

Een landbouwproduct of voedingsmiddel mag alleen biologisch heten als het productieproces aan wettelijke voorschriften voldoet. Het Skal keurmerk betekent dat de Smaakspecialist alle **Europese regels vanuit de overheid naleeft** en hierop ook streng wordt gecontroleerd.

MERKEN

De Smaakspecialist heeft een groot merkenportfolio. Onze producten vallen grotendeels onder onze eigen merken **Smaakt, BioToday, RAW Organic Food & Sport , Consenza, Seamore** en onze aanwinst uit 2024: **Better Pete**. Daarnaast hebben we ook producten onder private- en fancy labels.

DUURZAME VERPAKKING

We zijn continu onderweg om duurzame verbeterslagen te maken. Zo dragen al onze papierverpakkingen al jarenlang het **FSC-keurmerk**. Daarnaast worden de zakverpakkingen van Smaakt en RAW Organic Food gemaakt van **BioBased folie**. Dit zijn met name producten alsgranen, muesli's, noten, zaden, pitten en gedroogde vruchten.

BioBased folie

Onze BioBased folie bestaat voor **50-60% uit hernieuwbare grondstoffen**. Hiervoor is gebruik gemaakt van suikerbiet als bron, waardoor akkerland opnieuw ingezet kan worden. De verpakkingen zijn daarnaast volledig recyclebaar.

NATIONALE WEEK ZONDER VLEES EN ZUIVEL

BEVORDEREN VAN PLANTAARDIG EN BIOLOGISCH ETEN

Meer plantaardige en biologische voedingskeuzes spelen een belangrijke rol in de transitie naar een duurzamer voedselsysteem.

De Smaakspecialist nam in 2024 met het merk Smaakt deel aan de Nationale Week Zonder Vlees en Zuivel. Met ons assortiment laten we zien hoe consumenten bewuste keuzes direct in hun dagelijkse eetmomenten kunnen toepassen en dragen we bij aan de eiwittransitie.

SAMENWERKING MET TOO GOOD TO GO

Veel consumenten weten niet dat producten met een ten minste houdbaar tot-datum vaak nog prima te gebruiken zijn. Daardoor belandt goed voedsel onnodig in de afvalbak. Ook in 2024 werkte de Smaakspecialist samen met Too Good To Go om voedselverspilling te verminderen. Producten die tegen de houdbaarheidsdatum aanzitten krijgen via deze samenwerking een tweede kans, waarmee we bijdragen aan bewustwording en het terugdringen van verspilling in de voedselketen.

ASSORTIMENT

VAN MERKBELEVING TOT BEWUSTE KEUZE IN HET SUPERMARKTSCHAP

Ons assortiment laat zien hoe wij onze missie vertalen naar het supermarktschap. Onze producten zijn voornamelijk verkrijgbaar in de supermarkt en sluiten aan bij verschillende eetmomenten en (bewuste) kopersgroepen. Elk van onze merken – van Smaakt, BioToday en RAW Organic Food tot Consenza en Seamore – heeft een eigen merkbeleving. Met de introductie van Better Pete versterken we dit palet verder en maken we biologisch eten toegankelijk voor een nog breder publiek.

ASSORTIMENT & MISSIE

Goede voeding speelt een sleutelrol in een leefbare wereld. Daarom ontwikkelen en selecteren we producten die bijdragen aan gezondheid, duurzaamheid en bewuste keuzes, zonder in te leveren op smaak of gemak.

IN 2024 ZIJN ER IN TOTAAL 21 NIEUWE PRODUCTEN AAN HET ASSORTIMENT TOEGEVOEGD

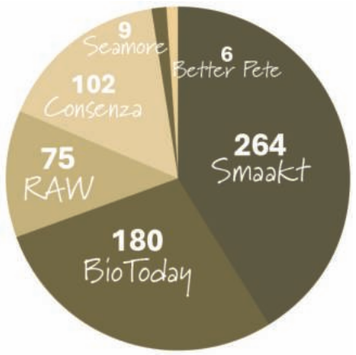
Ons assortiment beweegt mee met maatschappelijke en consumententrends en biedt oplossingen voor verschillende eetmomenten en behoeften, van ontbijt en sport tot plantaardig en glutenvrij.

NEW PRODUCT DEVELOPMENT (NPD)

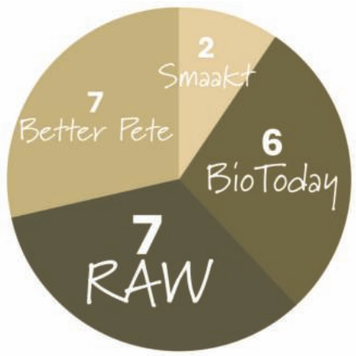
Ook in 2024 hebben we met ons NPD-team het assortiment verder uitgebreid met nieuwe producten en productlijnen. In totaal voegden we 21 nieuwe producten toe, verdeeld over meerdere merken en categorieën. De focus lag daarbij op ontbijtgranen, eiwitrijke voeding, sport en plantaardige innovaties. Met deze productontwikkelingen spelen we in op veranderende consumentenbehoeften en versterken we ons aanbod op categorieën met groeipotentieel.

Assortimentsverdeling in 2024

Assortiment per merk eind 2024



Aantal NPD's per merk in 2024



NIEUW IN HET ASSORTIMENT

BETTER PETE

In 2024 introduceerden we een nieuw merk binnen ons assortiment: Better Pete. Met dit merk maken we biologisch eten toegankelijk voor een breed publiek.

Better Pete richt zich op alledaagse producten zoals ontbijtgranen en muesli's, en combineert biologische kwaliteit met een heldere positionering en een scherp prijsniveau. Zo wordt bewust kiezen ook in het reguliere schap een vanzelfsprekende optie.

Binnen RAW Organic Food markeerde 2024 een nieuwe fase met de lancering van RAW Organic Sports. Deze volledig nieuwe productlijn richt zich op sport en een actieve levensstijl, met biologische proteïnepoeders en eiwitrepen op basis van pure, plantaardige ingrediënten. Daarmee spelen we in op de groeiende vraag naar functionele voeding, zonder concessies te doen aan onze uitgangspunten op het gebied van biologisch, transparantie en minimale bewerking.

BIOTODAY VEGGIE SPREADS

In 2024 introduceerden we binnen Biotoday drie nieuwe smaken Veggie Spreads. Met een groentegehalte van 27% tot 46% vormen deze spreads een voedzaam alternatief voor traditioneel broodbeleg. Ze zijn volledig vrij van kunstmatige geur-, kleur- en smaakstoffen en passen binnen een gebalanceerde, plantaardige levensstijl. Van broodbeleg tot dip of topping: de BioToday Veggie Spreads laten zien dat bewust eten ook veelzijdig en smaakvol kan zijn.

RAW ORGANIC SPORTS

COMMERCIE

SAMEN MET RETAIL WERKEN AAN DE GROEI VAN BIOLOGISCH

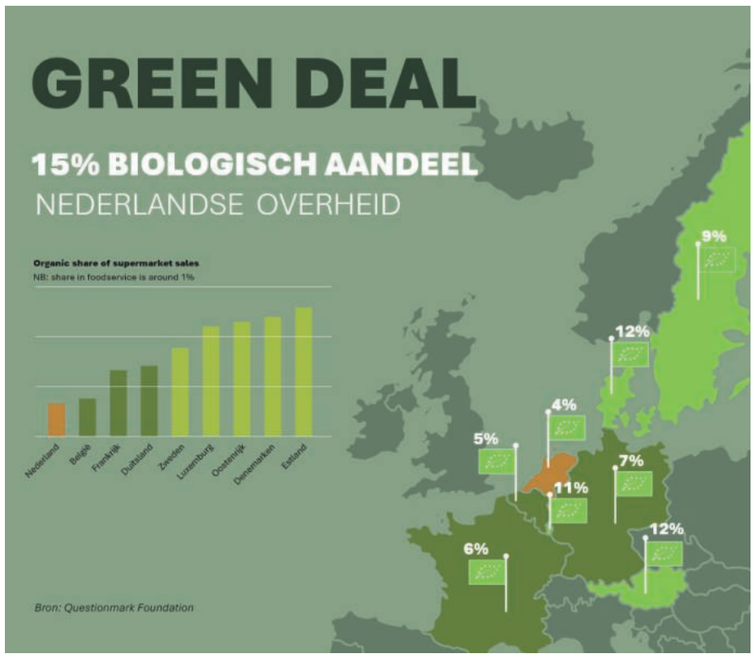
De Smaakspecialist opereert in een markt waarin biologisch steeds relevanter wordt, maar nog geen vanzelfsprekende keuze is. In Nederlandse supermarkten ligt het biologisch aandeel van de totale verkopen in 2024 rond de 4%, terwijl de ambitie van de Nederlandse overheid is om dit aandeel te laten groeien naar 15% in 2030. Deze opgave vraagt om samenwerking, inzicht in consumententrends en een sterk, toegankelijk assortiment. Met onze merken, private label-activiteiten en partnerships dragen wij actief bij aan de verdere ontwikkeling van biologisch in het supermarktschap.

RETAIL NEDERLAND

Onze merken zijn breed vertegenwoordigd bij de grote Nederlandse supermarktketens, waaronder Albert Heijn, Jumbo, PLUS, Coop en Hoogvliet. In 2024 zagen we een toenemende interesse in biologisch, waarbij retailers nadrukkelijker kijken naar assortimentssamenstelling, schapinvulling en de rol van biologische producten binnen hun duurzaamheidsambities. De Smaakspecialist ondersteunt retailers door mee te denken over kansen per categorie en het toegankelijk maken van biologisch voor een bredere groep consumenten.

MEEBEWEGEN MET CONSUMENT- EN RETAILTRENDS

In 2024 hebben we samen met retailers actief ingespeeld op veranderende consumententrends. Met de introductie van Better Pete spelen we in op de behoefte aan betaalbare, biologische producten voor een breed publiek, gepositioneerd in het reguliere schap. Daarnaast hebben we met RAW Organic Sports ingespeeld op de groeiende vraag naar eiwitrijke en functionele voeding voor een actieve levensstijl.



Door trends tijdig te signaleren en te vertalen naar concrete assortimentskeuzes, ondersteunen we retailers bij relevantie, onderscheid en groei binnen het schap.

PRIVATE LABEL

Naast onze eigen merken werken we samen met retailers aan de ontwikkeling van biologische private label-producten. In 2024 realiseerden we een omzetgroei van circa 14% binnen private label, voornamelijk door verdieping van bestaande samenwerkingen. Private label speelt een belangrijke rol in het verder integreren van biologisch binnen het totale assortiment van retailers.

FOODSERVICE

Ook binnen foodservice zien we een groeiende belangstelling voor biologische producten. In 2024 lag de focus hierbij sterker op duurzaamheid en lokaal, waarbij smaak een doorslaggevende factor blijft. Horeca- en foodservicepartners zoeken naar producten die passen binnen een bewuste positionering, zonder concessies te doen aan kwaliteit en beleving. Met ons assortiment spelen we in op deze behoefte en ondersteunen we foodservicepartners bij het maken van verantwoorde keuzes.

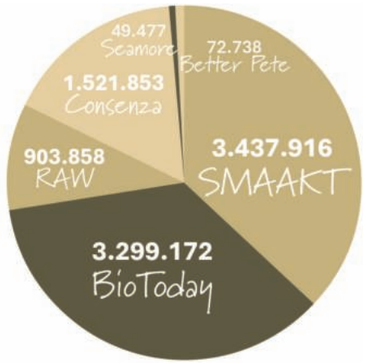
INTERNATIONALE ONTWIKKELINGEN

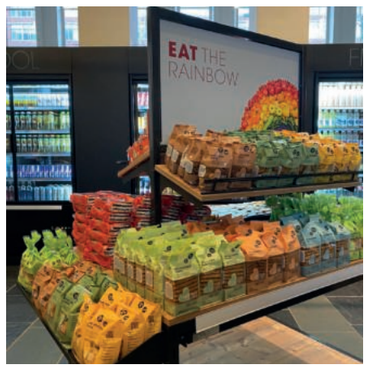
Naast de Nederlandse markt ontwikkelden we ons in 2024 verder in andere landen. In de UK en België bouwden we onze aanwezigheid verder uit en ook in Oost-Europa zagen we een toenemende interesse in biologische producten. Deze inter nationale ontwikkelingen bevestigen de bredere relevantie van ons assortiment en onze aanpak, en bieden perspectief voor verdere groei in de komende jaren.

PARTNERS

BRC AGENTS & BROKERS CERTIFICATED · IFS Broker · Certified B Corporation · schouten certification

Aantal CE per merk in 2024





SMAAKT

EVERY BITE MATTERS

Eten smaakt beter als je weet dat het goed is geproduceerd. Op een eerlijke manier, voor mens en milieu. Dat proef je niet alleen – dat voel je. Smaakt staat voor bewuste keuzes, vol smaak en met een positieve impact. Jij Smaakt het verschil!

SMAAKT IN DE INSPIRERENDE 40

In maart 2024 ontvingen we een bijzondere erkenning: Smaakt werd opgenomen in de Inspirerende 40, de jaarlijkse lijst van merken die inspireren door maatschappelijke relevantie, creativiteit en impact. Deze notering, geïnitieerd door Synergie, is een mooie waardering voor onze gezamenlijke inzet om bewust eten aantrekkelijk, positief en toegankelijk te maken.

Het laat zien dat we niet alleen impact maken met onze producten, maar ook met onze boodschap: duurzaam eten als vanzelfsprekende keuze.

WINST OP DE BIOBEURS 2024

Het jaar begon met nóg een hoogtepunt tijdens de BioBeurs 2024, waar onze Smaakt Jackfruit Bitterballen werden bekroond tot Beste Snack Introductie van het Jaar. Deze plantaardige, biologische bitterbal bewijst dat lekker en verantwoord eten perfect samengaan. Gemaakt van jackfruit, vol van smaak en 100% vegan, bieden ze een duurzaam alternatief voor de klassieke bitterbal.

"Wij gaan voor een houdbare aarde én lekker eten," aldus oprichter Pieter Dirven. "Met onze Jackfruit Bitterballen kun je op een juiste manier genieten van een heerlijke bitterbal."

SAMENWERKING MET SANDRA YSBRANDY

Ook in 2024 werkte Smaakt opnieuw samen met Sandra Ysbrandy, voedingsdeskundige en tv-kok. Met haar passie voor natuurlijke voeding en eerlijke ingrediënten ontwikkelde ze het hele jaar door inspirerende recepten en social content die consumenten helpt om bewust én lekker te koken.

Deze samenwerking versterkt niet alleen de zichtbaarheid van het merk Smaakt, maar draagt ook bij aan onze bredere missie: mensen inspireren om vaker te kiezen voor biologische voeding die goed is voor zichzelf, hun omgeving en de wereld om hen heen.

SMAAKT IN DE PRIJZEN: INNOVA KLASSIEK PRIJS 2024

De Smaakt kikkererwten couscous werd in 2024 bekroond met de Innova Klassiek Prijs. De onderscheiding, toegekend door een vakjury uit de Nederlandse retail en belicht door Levensmiddelenkrant, bevestigt dat biologische producten met een duidelijke positionering ook op de lange termijn relevant blijven in het supermarktschap.

De bekroning sluit aan bij de rol die supermarkten spelen in het vergroten van het aandeel biologisch in Nederland, waarbij toegankelijke producten bijdragen aan bewuste keuzes voor consumenten.

EEN MERK MET MISSIE

Smaakt blijft zich inzetten voor een duurzame voedselrevolutie: producten van biologische oorsprong, vol smaak en gemaakt met respect voor mens, dier en natuur. Of je nu kiest voor een voedzame maaltijd of een plantaardige snack – elke hap telt mee voor een betere wereld.

VOLGERS
Facebook: **40.792**
Groei: **+7,9%**
Instagram: **7.275**
Groei: **+4,6%**
Nieuwsbrief: **13.740**
Groei: **-2%**

de inspirerende 40

BETTER PETE

BE LIKE PETE. CHOOSE BETTER.

In 2024 lanceerde de Smaakspecialist haar nieuwste merk: Better Pete. Met dit merk zetten we een volgende stap richting een gezondere en duurzamere toekomst – voor iedereen. Better Pete maakt het mogelijk om ook in de reguliere supermarkt te kiezen voor biologische producten die lekker, voedzaam én betaalbaar zijn.

GEZOND, DUURZAAM EN TOEGANKELIJK

Better Pete is ontstaan vanuit de wens om gezonde en duurzame voeding toegankelijk te maken voor een breed publiek. Het merk biedt alledaagse producten, zoals ontbijtgranen en snacks, die biologisch geproduceerd zijn, rijk aan proteïne en laag in suiker. Zo beantwoorden we de groeiende vraag naar verantwoorde voedingskeuzes die goed zijn voor de consument én voor de planeet.

BETAALBAAR EN BIOLOGISCH

Een van de belangrijkste uitgangspunten van Better Pete is betaalbaarheid. We willen dat biologisch eten niet alleen voor de happy few is, maar voor iedereen. Daarom zijn de producten geprijsd als A-merken en subtiel herkenbaar als biologisch – met het bekende groene blaadje en een helder, eigentijds design.
Zo maken we gezonde keuzes vanzelfsprekend en makkelijk tijdens het boodschappen doen.

EEN MERK MET IMPACT

Better Pete sluit naadloos aan bij de missie van de Smaakspecialist: goede voeding inzetten als kracht voor een leefbare wereld. Het merk ondersteunt de doelstellingen van de Europese Green Deal, die streeft naar 25% biologisch landbouwareaal in Europa tegen 2030. Door biologische producten breed beschikbaar en betaalbaar te maken, dragen we bij aan deze transitie en helpen we de kloof te verkleinen tussen bewust willen eten en het daadwerkelijk kunnen doen.

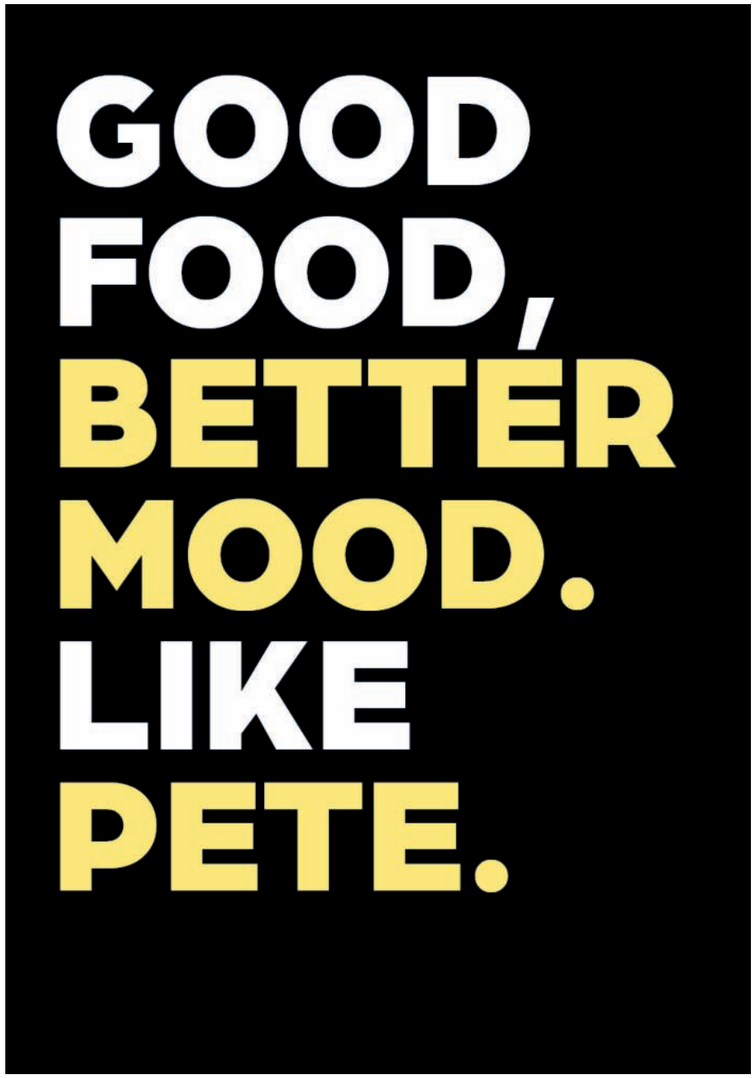
VOOR MENS, PLANEET ÉN RETAIL

Better Pete biedt consumenten voedzame, smakelijke producten met korte, transparante ingredientenlijsten. Voor supermarkten is het een sterk en herkenbaar merk dat inspeelt op de groeiende vraag naar gezond, biologisch en duurzaam – en dat helpt bij het behalen van hun eigen duurzaamheidsdoelen.

EEN FRISSE BLIK BINNEN DE SMAAKSPECIALIST

Na merken als Smaakt, BioToday en RAW Organic Food markeert Better Pete een nieuw tijdperk binnen de Smaakspecialist. Een merk dat laat zien dat gezond, biologisch en betaalbaar prima samen kunnen gaan.

"Met Better Pete maken we biologisch eten bereikbaar voor iedereen – zonder concessies aan smaak, kwaliteit of planeet." – Pieter Dirven.



BIOTODAY

PRODUCTEN DIE EEN LACH OP JE GEZICHT TOVEREN

BioToday vertaalt de laatste trends en innovaties in health food naar toegankelijke producten voor elk moment van de dag. In ons assortiment vind je pure, biologische voeding met extra aandacht voor to-go en ready-to-use producten – vrij van geraffineerde suikers, glutenvrij en 100% plantaardig.

We geloven dat bewust eten makkelijk én lekker mag zijn, en dat kleine dagelijkse keuzes samen een groot verschil kunnen maken.

BIOTODAY IN DE INSPIRERENDE 40 – ONES2WATCH

Een prachtig hoogtepunt in 2024: BioToday werd door Synergie | Business for Good opgenomen in de Inspirerende 40 en behaalde daarin plek 5 in de Ones2Watch. Deze erkenning bevestigt onze inzet voor verantwoorde, biologische producten die écht impact maken.
Het is een mooie waardering voor het werk van ons hele team – en voor iedereen die meewerkt aan onze missie om bewuster, gezonder en duurzamer eten toegankelijk te maken voor een breed publiek.

BESTE INTRODUCTIE 2023

In maart 2024 werden we opnieuw beloond voor onze inzet met niet één, maar twee prijzen bij de Levensmiddelenkrant Awards. Onze **BioToday Linzenchips Rozemarijn** en **BioToday Granolabars** werden bekroond tot Beste Introductie 2023. Een prachtige erkenning voor onze producten die biologische kwaliteit, smaak en innovatie combineren.

"Het feit dat de jury ons werk bekroont met deze prijs bevestigt dat we op de goede weg zijn," aldus oprichter Pieter Dirven.

Beide producten zijn biologisch, vegan en glutenvrij – en bewijzen dat bewust eten ook gewoon lekker en leuk kan zijn.

EEN MERK MET INNOVATIE

Met BioToday laten we zien dat gezond, biologisch en duurzaam eten geen niche is, maar de nieuwe norm kan worden. Elk product – van chips tot granolabars – is gemaakt met aandacht voor mens, dier en natuur. Zo dragen we bij aan een toekomst waarin goed eten vanzelfsprekend goed voelt.

VOLGERS
Facebook: **18.927**
Groei: **+6,59%**
Instagram: **16.607**
Groei: **-1,84%**
Nieuwsbrief: **12.589**
Groei: **+5,8%**

RAW ORGANIC FOOD & SPORT

BE PURE EAT RAW

Bij RAW Organic Food geloven we dat de natuur alles in zich heeft om ons lichaam te voeden. Onze producten zijn biologisch, puur en vrij van onnatuurlijke toevoegingen. Ze worden zo min mogelijk bewerkt, zodat vitaminen, mineralen en smaken behouden blijven – precies zoals de natuur het bedoeld heeft.

RAW staat voor kracht, vitaliteit en bewust leven. We willen mensen inspireren om gezond te eten, te bewegen en goed te zorgen voor zichzelf én de planeet.

RAW BIJ DE BREDASE SINGELLOOP

Ook dit jaar waren we trotse sponsor van de Bredase Singelloop. Op 6 oktober kleurde het Kasteelplein RAW-zwart, met onze herkenbare jeep, een bruisende stand en duizenden sportieve bezoekers. Samen met onze RAW RUNNERS maakten we er opnieuw een onvergetelijke dag van vol energie, plezier en beleving.

Met meer dan 24.000 deelnemers was de Singelloop 2024 groter dan ooit. Bezoekers konden bij onze stand kennismaken met onze biologische snacks, puur natuur, voedzaam en de perfecte brandstof voor tijdens of na het hardlopen.

EEN MERK IN BEWEGING

RAW Organic Food groeit met haar community mee.
We blijven vernieuwen, inspireren en uitdagen – met producten die energie geven, bijdragen aan een gezonde levensstijl en het beste halen uit wat de natuur te bieden heeft. Of je nu sporter bent of gewoon bewust kiest voor natuurlijke voeding – RAW helpt je om het beste uit jezelf te halen.

NIEUW IN 2024: RAW ORGANIC SPORTS

Sport pure, eat RAW. Met de lancering van RAW Organic Sports zetten we een nieuwe stap binnen de wereld van sport en gezondheid. We geloven in de kracht van pure, natuurlijke voeding om optimaal te kunnen presteren. Onze plantaardige proteïnepoeders en repen zijn gemaakt van 100% biologische ingrediënten, rijk aan eiwitten en vezels – zonder kunstmatige toevoegingen. Zo kun je vertrouwen op de kracht van de natuur, in elke fase van je training of actieve levensstijl.

RAW Organic Sports is er voor zowel de fanatieke sporter als de bewuste eter. De producten bieden de perfecte balans tussen gezondheid, gemak en smaak: natuurlijke brandstof voor iedereen die zijn energie uit pure voeding wil halen.

VOLGERS
Facebook: **21.908**
Groei: **-0,03%**
Instagram: **4.092**
Groei: **+3,99%**
Nieuwsbrief: **6.139**
Groei: **+0,4%**

CONSENZA

LEKKER EN GLUTENVRIJ ETEN

Consenza gelooft dat een glutenintolerantie geen belemmering hoeft te zijn om lekker en verantwoord te eten. Met een assortiment van ruim 120 producten focussen we op gemak, gezondheid, smaak en kwaliteit. Als totaalaanbieder voor de glutenvrije consument bieden we keuze voor elk eetmoment van de dag – van ontbijt tot diner en tussendoor.

OP WEG NAAR MEER BIOLOGISCH

In 2024 zijn we verdergegaan met het verduurzamen en verbeteren van onze producten. Daarbij ligt de nadruk op het gebruik van zoveel mogelijk biologische ingrediënten en het verfijnen van recepturen, zodat ze beter passen binnen onze missie: goede voeding voor een leefbare wereld.

GLUTENVRIJE COMMUNITY

2024 stond opnieuw in het teken van verbinding met de glutenvrije gemeenschap.
In maart waren we aanwezig op de Glutenvrije Markt in Vlijmen. Hier ontmoetten we onze doelgroep persoonlijk, lieten bezoekers onze producten proeven en gaven uitleg over onze visie op glutenvrij en verantwoord eten. De gezellige sfeer en vele positieve reacties bevestigen dat Consenza een geliefd merk is binnen de community. Op 16 mei was het de Internationale Dag van de Coeliakie, een initiatief van de Nederlandse Coeliakie Vereniging (NCV). Tijdens deze week hebben we op onze social kanalen extra aandacht besteed aan bewustwording rondom coeliakie, met een reeks inspirerende posts, producttips en winacties. Zo konden we samen met onze volgers laten zien dat glutenvrij eten niet alleen noodzakelijk kan zijn, maar ook leuk, lekker en gevarieerd.

GASTVRIJ ROTTENDAM

In september waren we op Gastvrij Rotterdam, waar we op het Plant-Based Pavilion onze glutenvrije broodjes, muffins en wafels presenteerden aan horecaprofessionals.
Daarmee zetten we een volgende stap om glutenvrije voeding ook in de foodservice breder op de kaart te zetten.

EEN MERK ZONDER BEPERKING

Met Consenza willen we laten zien dat glutenvrij eten niet beperkend hoeft te zijn, maar juist vol smaak, gemak en variatie kan bieden. We blijven investeren in innovatie, productontwikkeling en inspiratie – zodat steeds meer mensen kunnen genieten van lekker en verantwoord glutenvrij eten.

VOLGERS
Facebook: **7.207**
Groei: **+16,32%**
Instagram: **5.010**
Groei: **+22,67%**
Nieuwsbrief: **1.264**
Groei: **+8,22%**

SEAMORE

SOME SEAWEED, WE SEAMORE

De oprichter van Seamore ontdekte ooit een zeewier dat lijkt op pasta. Vanuit die vondst ontstond een missie die tot op de dag van vandaag voortduurt: ons dagelijks eten verrijken met de kracht van de zee. Sinds de Smaakspecialist Seamore in 2022 heeft overgenomen, zetten wij die missie voort met vernieuwende producten die smaak, gezondheid en duurzaamheid verenigen.

VOLGERS
Facebook: **2.906**
Groei: **-1,36%**
Instagram: **5010**
Groei: **-42,17%**
Nieuwsbrief: **1.264**
Groei: **+8,22%**

ZEEWIER ALS SLEUTEL TOT DE TOEKOMST

Zeewier wordt wereldwijd geprezen als hét voedsel van de toekomst. Het groeit zonder land, zonder zoet water en zonder pesticiden – enkel met zonlicht. Het zuivert de zee, herstelt ecosystemen en helpt de biodiversiteit te behouden. Door zeewier te gebruiken als volwaardig ingrediënt, dragen we bij aan een gezonder voedingspatroon én een gezondere planeet.

EEN NIEUWE INNOVATIE: SEAMORE MISO NOODLE SOUP

In 2024 introduceerden we met trots de Seamore Miso Noodle Soup – een biologische, 100% plantaardige noodle soup op basis van zeewier en miso. Verkrijgbaar in de smaken Original en Spicy, biedt deze soep een voedzame, glutenvrije en suikervrije keuze zonder kunstmatige toevoegingen.
De krachtige combinatie van zeewier en miso zorgt voor die kenmerkende umami-smaak – vol, hartig en verrassend lekker.

Met deze innovatie laten we zien hoe voeding anders kan: bewust, lekker en goed voor de planeet.

De Seamore Miso Noodle Soup is een waardige opvolger in de reeks van Seamore's zeewierproducten zoals chips, wraps en pasta – stuk voor stuk ontwikkeld om duurzame voeding aantrekkelijk en toegankelijk te maken voor een breed publiek.

EEN MERK MET MISSIE

Bij Seamore combineren we creativiteit met verantwoordelijkheid. Onze innovaties laten zien dat toekomstbestendige voeding niet ten koste hoeft te gaan van smaak of gemak. Met elk product brengen we de zee een stap dichterbij het dagelijkse bord – een kleine verandering met grote impact.

LANDGOED LUCHTENBURG

EEN VERLENGSTUK VAN ONZE MISSIE

Een betere wereld begint op kantoor. Sinds maart 2020 heeft de Smaakspecialist haar intrek genomen in Landgoed Luchtenburg in Ulvenhout ten zuiden van Breda. Het landgoed is in 1518 ontstaan en vormt een prachtig stukje historie midden in het groen waar het DNA van de Smaakspecialist echt tot haar recht komt.

Landgoed Luchtenburg en de bijbehorende faciliteiten vormen een verlengstuk van de Smaakspecialist en haar missie om goede voeding voor een leefbare wereld en kennis hierover toegankelijk te maken.

HOOFDKANTOOR

Op ons hoofdkantoor - in de voormalige stal - zijn zo'n **35 medewerkers** werkzaam. Dag in dag uit werken we samen aan onze missie op Landgoed Luchtenburg in de voormalige stal. Het landgoed vormt een **prettige omgeving** om in te kunnen werken. Zo wordt er elke werkdag een **verse biologische en vegetarische lunch** bereid en wordt wandelen in de pauze gestimuleerd in de **prachtige omringende bossen.** Ook wordt er regelmatig in groepsverband **gesport**, hebben we een gezellig diner na een zeepkistsessie en worden successen gevierd.

- EVENEMENTEN: 80
- CLIENTÈLE: VERGADERARRANGEMENTEN EN UITVAARTEN
- CATERING: BIOLOGISCH EN DUURZAAM VIA VERSCHILLENDE CATERAARS

NATUURHERSTELPROJECT

Landgoedluchtenburg is een prachtig stukje historie in Ulvenhout, bestaande uit verschillende rijksmonumenten en omringd door zo'n 65 hectare grond. Sinds 2020 zijn we hier met ons hoofdkantoor neergestreken in de voormalige boerderij. Als bedrijf hebben we een leefbare wereld als uitgangspunt, daar hoort natuurlijk ook het bijbehorende landschap van onze werkplek bij.

ONTMOETEN IN HET GROEN
Landgoed Luchtenburg kijkt uit over de Ulvenhoutse bossen en is een inspirerende omgeving voor allerlei evenementen, altijd biologisch gecaterd.

Het landgoed is samen met de provincie Noord-Brabant en Bosgroep Zuid Nederland onder de loep genomen om de natuur en biodiversiteit nog meer te kunnen laten floreren. Naar aanleiding hiervan worden de landerijen en bossen momenteel gerevitaliseerd en omgevormd middels verschillende maatregelen.

BIJENKASTEN

Eén van onze natuurherstel projecten zijn de bijenkasten. Samen met biodynamische Odin Imkerij hebben we drie bijenkasten geplaatst, op het landgoed, met in elk een honingbijenvolk van zo'n 30.000 bijen. Op het landgoed kunnen de bijen goed gedijen, omdat er geen bestrijdingsmiddelen worden gebruikt en er veel ruimte is voor bloemen..

B CORPORATION

HOOGSTE STANDAARDEN SOCIALE EN DUURZAME IMPACT

Sinds 2018 draagt de Smaakspecialist met trots het B Corp-certificaat – hét internationale keurmerk voor bedrijven die bewijzen dat winst maken hand in hand kan gaan met positieve impact op mens, milieu en maatschappij. De certificering beoordeelt de gehele bedrijfsvoering op thema's als medewerkers, (lokale) gemeenschap, duurzaamheid, klanten en transparantie.

Wij geloven in de kracht en noodzaak van goede voeding voor een leefbare wereld. Het voldoen aan de strenge B Corp-criteria bevestigt dat wij onze missie niet alleen uitdragen, maar ook daadwerkelijk in de praktijk brengen. Voor ons is B Corp een waardevol en betrouwbaar label waarmee we onze maatschappelijke meerwaarde zichtbaar maken – en een voortdurende stimulans om te blijven verbeteren.

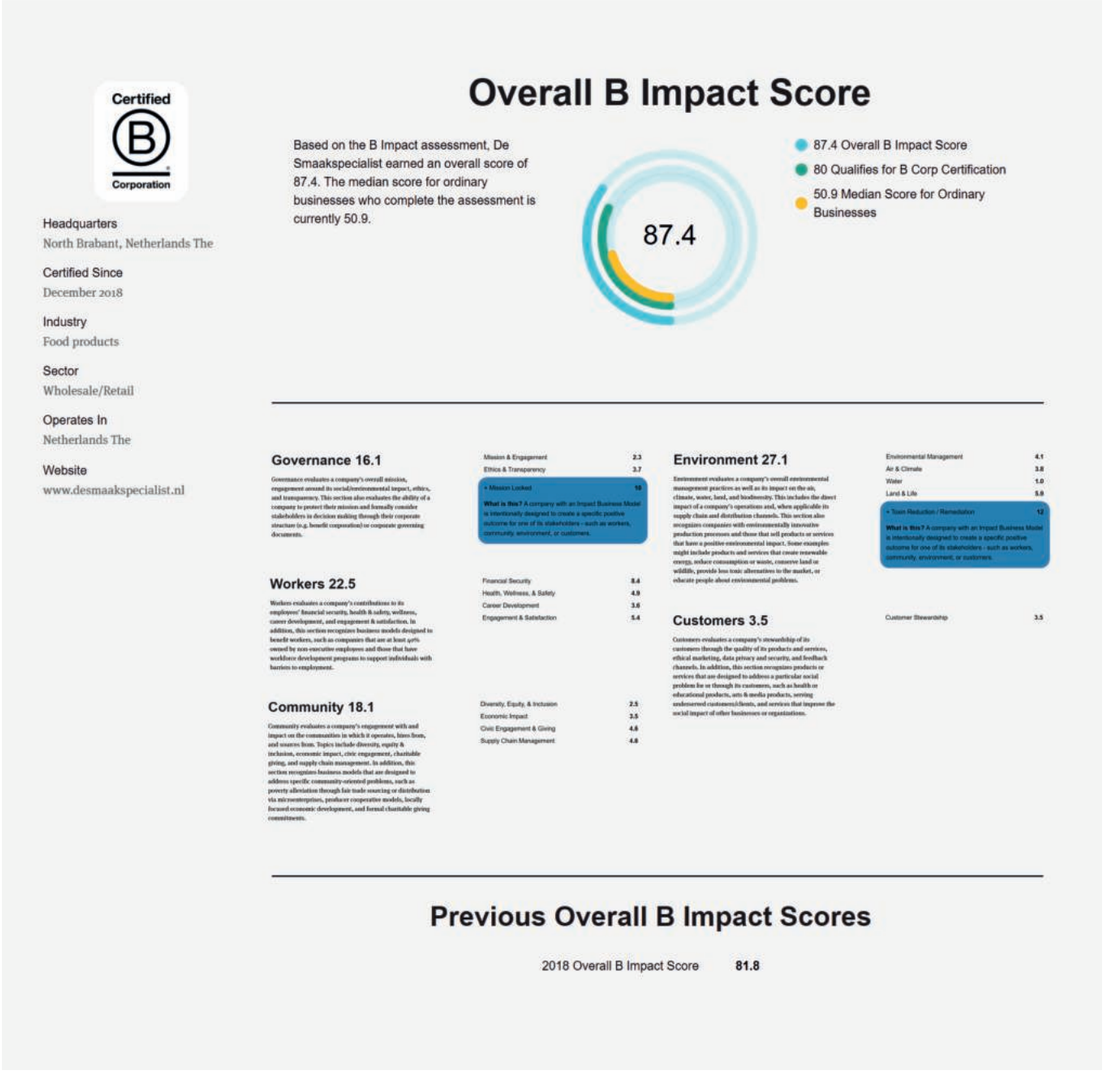
HER-CERTIFICERING 2024

In 2024 heeft de Smaakspecialist haar B Corp hercertificering succesvol doorlopen. Waar we in 2018 een score van 81,8 behaalden, staan we nu op 87,4 – ruim boven de vereiste 80 punten voor certificering en fors hoger dan het huidige mediane resultaat van 50,9 voor reguliere bedrijven.Deze stijging is een bevestiging dat we onze missie – goede voeding voor een leefbare wereld – steeds verder weten te vertalen naar concrete impact. De hercertificering bood ons de kans om kritisch te kijken naar waar we sterk in zijn en waar nog verbeterkansen liggen.
De inzichten uit het traject nemen we mee in onze plannen voor de komende jaren. Voor ons is B Corp geen eindpunt, maar een kompas dat ons helpt om onze duurzame koers scherp te houden én continu aan te scherpen.

B CORP MAAND 2024 – THIS WAY FORWARD

Maart stond opnieuw in het teken van B Corp Month – de wereldwijde viering van bedrijven die ondernemen als een kracht voor het goede. Onder het motto "This Way Forward" lieten ruim 8.000 gecertificeerde B Corps wereldwijd zien hoe zij samen werken aan een inclusievere, eerlijkere en duurzamere economie. Ook wij vierden dit bijzondere moment, zowel als team als op onze social kanalen. We deelden verhalen van collega's over wat B Corp voor hen betekent en lieten zien hoe wij als de Smaakspecialist elke dag bouwen aan positieve impact – van betere werkplekken tot het verkleinen van onze ecologische voetafdruk.

B Corp Month herinnert ons eraan dat certificering geen eindpunt is, maar het begin van voortdurende verbetering. Samen met meer dan 1.700 Europese B Corps zetten wij koers naar een toekomst waarin bedrijven een sleutelrol spelen in maatschappelijke en ecologische vooruitgang.



Certified B Corporation

Headquarters
North Brabant, Netherlands The

Certified Since
December 2018

Industry
Food products

Sector
Wholesale/Retail

Operates In
Netherlands The

Website
www.desmaakspecialist.nl

Overall B Impact Score

Based on the B Impact assessment, De Smaakspecialist earned an overall score of 87.4. The median score for ordinary businesses who complete the assessment is currently 50.9.

87.4

- 87.4 Overall B Impact Score
- 80 Qualifies for B Corp Certification
- 50.9 Median Score for Ordinary Businesses

Governance 16.1

Governance evaluates a company's overall mission, engagement around its social/environmental impact, ethics, and transparency. This section also evaluates the ability of a company to protect their mission and formally consider stakeholders in decision making through their corporate structure (e.g. benefit corporation) or corporate governing documents.

Mission & Engagement	2.3
Ethics & Transparency	3.7
+ Mission Locked	10

What is this? A company with an Impact Business Model is intentionally designed to create a specific positive outcome for one of its stakeholders - such as workers, community, environment, or customers.

Workers 22.5

Workers evaluates a company's contributions to its employees' financial security, health & safety, wellness, career development, and engagement & satisfaction. In addition, this section recognizes business models designed to benefit workers, such as companies that are at least 40% owned by non-executive employees and those that have workforce development programs to support individuals with barriers to employment.

Financial Security	8.4
Health, Wellness, & Safety	4.9
Career Development	3.6
Engagement & Satisfaction	5.4

Community 18.1

Community evaluates a company's engagement with and impact on the communities in which it operates, hires from, and sources from. Topics include diversity, equity & inclusion, economic impact, civic engagement, charitable giving, and supply chain management. In addition, this section recognizes business models that are designed to address specific community-oriented problems, such as poverty alleviation through fair trade sourcing or distribution via microenterprises, producer cooperative models, locally focused economic development, and formal charitable giving commitments.

Diversity, Equity, & Inclusion	2.5
Economic Impact	3.5
Civic Engagement & Giving	4.6
Supply Chain Management	4.6

Environment 27.1

Environment evaluates a company's overall environmental management practices as well as its impact on the air, climate, water, land, and biodiversity. This includes the direct impact of a company's operations and, where applicable its supply chain and distribution channels. This section also recognizes companies with environmentally innovative production processes and those that sell products or services that have a positive environmental impact. Some examples might include products and services that create renewable energy, reduce consumption or waste, conserve land or wildlife, provide less toxic alternatives to the market, or educate people about environmental problems.

Environmental Management	4.1
Air & Climate	3.8
Water	1.0
Land & Life	5.0
+ Toxin Reduction / Remediation	12

What is this? A company with an Impact Business Model is intentionally designed to create a specific positive outcome for one of its stakeholders - such as workers, community, environment, or customers.

Customers 3.5

Customers evaluates a company's stewardship of its customers through the quality of its products and services, ethical marketing, data privacy and security, and feedback channels. In addition, this section recognizes products or services that are designed to address a particular social problem for or through its customers, such as health or educational products, arts & media products, serving underserved customers/clients, and services that improve the social impact of other businesses or organizations.

Customer Stewardship	3.5

Previous Overall B Impact Scores

2018 Overall B Impact Score	81.8

SDG'S
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Bron: Organic Agriculture and the Sustainable Development Goals, rapport Nature & More

De SDG's (Duurzame Ontwikkelingsdoelen) zijn 17 doelen (en 169 subdoelen) ontwikkeld vanuit de VN (Verenigde Naties) om van de wereld een betere plek te maken in 2030. Deze doelen zijn een mondiaal kompas voor uitdagingen als armoede, onderwijs en de klimaatcrisis. In 2015 verbonden regeringsleiders van 193 landen zich aan deze agenda voor duurzame ontwikkeling. Er is nadrukkelijk een beroep gedaan op bedrijven en andere organisaties om hieraan bij te dragen.

VERTAALSLAG

Voor de SDG's zijn, naast de internationaal vastgelegde indicatoren, door het CBS indicatoren gezocht die passen in de Nederlandse context. **Een echte vertaling van de SDG's naar de Nederlandse context ontbreekt** echter. Doordat er geen concrete kwantitatieve beleidsdoelen zijn vastgesteld kunnen de SDG's soms lastig worden gemeten.

WAAR STAAT NEDERLAND

Nederland toont een gemengd beeld wat betreft de SDG's, zoals blijkt uit verschillende voortgangsrapporten.

De **Monitor Brede Welvaart & SDG's 2024** van het CBS laat een positief beeld zien van welvaart en maatschappij op nationaal niveau, maar wijst ook in 2024 op aanhoudende zorgen over de 'groene' doelen, met name op het gebied van natuurlijk kapitaal. Op sociaal gebied zijn er positieve trends, maar uitdagingen zoals gezonde levensverwachting en natuurbehoud blijven bestaan.

Internationale rapporten bevestigen dit beeld: Nederland scoort hoog op gezondheid en onderwijs, maar blijft achter bij het behalen van klimaat- en biodiversiteitsdoelen. Ondanks enkele successen in duurzaamheid en inclusie, blijven uitdagingen bestaan op het gebied van klimaatactie en het verkleinen van de ecologische voetafdruk.

NEXT STEPS
DE SMAAKSPECIALIST

De kern van onze activiteiten bestaat uit het ontwikkelen, produceren en distribueren van biologische voeding. Daarmee leveren wij een bijdrage aan **minstens acht SDG's** (zie volgende pagina) en aan de verdere verduurzaming van het voedselsysteem.

Ook in 2024 blijven we onze bijdrage aan deze SDG's versterken. We doen dit door bewuste keuzes te maken binnen ons assortiment, samen te werken met ketenpartners en onze focus verder aan te scherpen. Daarbij blijven we werken aan het concreter en waar mogelijk meetbaar maken van duurzaamheid en het verder integreren daarvan in onze dagelijkse praktijk en langetermijnvisie.

2 Geen honger
Ook al is de opbrengst van bio landbouw over het algemeen 19-25% lager (dan regulier), **bio kan een sleutelrol spelen in voedselvoorziening op lange termijn**, omdat het beter zorgt voor bodemkwaliteit, wat resulteert in minder verlies van landbouwgrond. Daarnaast kan bio landbouw juist in ontwikkelingslanden leiden tot een betere oogst.

3 Gezondheid en welzijn
Hoewel het debat over of bio gezonder is dan niet-bio nog steeds gaande is, kunnen we concluderen dat **pesticiden schadelijk kunnen zijn voor de gezondheid van de consument**.

6 Schoon water en sanitair
Landbouw heeft invloed op zowel waterverbruik als -kwaliteit. Omdat synthetische pesticiden vrijwel worden geëlimineerd in de bio landbouw, wordt **watervervuiling verminderd**. Anderzijds bevat bio landbouwgrond over het algemeen meer organische stof, waardoor het **water beter wordt vastgehouden**.

8 Eerlijk werk en economische groei
Blootstelling aan pesticiden, vooral in ontwikkelingslanden, waar veel EU-import vandaan komt, is in verband gebracht met veel **grote gezondheidsrisico's** en duizenden jaarlijkse sterfgevallen. Aangezien het gebruik van chemische pesticiden bij bio landbouw verboden is, samen met vaak **gunstige economische omstandigheden**, kan bio bijdragen aan deze SDG.

12 Verantwoorde consumptie en productie
Beoordelend op de totale productie, presteert bio landbouw vaak beter in de meeste categorieën. Het kan worden gezien als een **meer holistische benadering van duurzame voedselproductie** op lange termijn.

13 Klimaatactie
Bio landbouw gebruikt niet alleen minder input, het heeft ook een **groter potentieel voor koolstofvastlegging**. Bovendien is bio landbouw beter bestand tegen extreme weersomstandigheden.

14 Leven onder water
Dode zones op zee vormen een steeds groter risico voor het leven en de biodiversiteit onder water. Een van de belangrijkste veroorzakers zijn meststoffen en pesticiden. Bio landbouw lijkt qua principes op Ecologische Recycling Landbouw (ERA), een methode die wordt voorgesteld als **oplossing om de vervuiling door meststoffen in de wateren te verminderen**.

15 Leven op het land
Door het verminderde of ontbrekende gebruik van kunstmest en pesticiden, heeft biologisch bewerkt land de neiging om de **biodiversiteit te verbeteren** in vergelijking met conventioneel bewerkt land.

Impact report 2024 is een uitgave van de Smaakspecialist

CONTACT
info@desmaakspecialist.nl
www.desmaakspecialist.nl
076 565 6709

Volg de Smaakspecialist ook via Facebook, Instagram of LinkedIn

Het is niet toegestaan de inhoud van dit report te kopieëren en/of verspreiden zonder toestemming van de Smaakspecialist. Wil je materiaal gebruiken? Neem dan contact met ons op via info@desmaakspecialist.nl

de Smaakspecialist

FAIR DEALS

www.desmaakspecialist.nl