



DUURZAAMHEID BIJ BRESC

ONZE DUURZAME AMBITIE:
KLIMAATNEUTRAAL IN 2050



VOORWOORD

**BIJ BRES C RICHTEN
WIJ ONS OP EEN
VERANTWOORDE EN
TOEKOMSTGERICHTE
BEDRIJFSVOERING.**

Als specialist in koelverse knoflook- en kruidenproducten voor de professionele keuken erkennen wij de rol die wij spelen in de gehele keten en de verantwoordelijkheid die daarbij hoort ten aanzien van mens, milieu en maatschappij.

De oorsprong van Bresc ligt in de liefde voor smaak en ambacht, maar onze toekomst is onlosmakelijk verbonden met duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Met onze moderne productielocatie in Werkendam, beseffen wij dat we een voorbeeldfunctie vervullen binnen de voedingsmiddelenindustrie. Wij zijn geïnspireerd door onze moederorganisaties Hügli en Bell Food Group. Al jaren wordt bij beide bedrijven actief ingezet op duurzaamheid, daarom sluiten onze lokale ambities en doelstellingen aan op de groepsdoelstellingen.

De afgelopen jaren hebben we stappen gezet zodat onze duurzame initiatieven beter gestructureerd en meetbaar worden. Hiermee kunnen we concreet richting geven aan onze ambities,

heldere doelen stellen en onze voortgang communiceren.

Daarom hebben wij besloten om onze inspanningen en ambities op het gebied van duurzaamheid te bundelen in dit rapport. Hiermee willen wij onze medewerkers, klanten, leveranciers en andere belanghebbenden inzicht geven in de koers die we varen en de keuzes die we maken.

We realiseren ons dat duurzaamheid geen eindpunt is, maar een doorlopend proces. Om die reden hebben wij Wesselman Consultancy gevraagd ons te ondersteunen bij het opstellen van een helder, breed toepasbaar en meetbaar duurzaamheidsrapport. Met hun expertise kunnen we realistische doelstellingen formuleren, die niet alleen onze eigen impact vergroten, maar tevens als voorbeeld kunnen dienen voor anderen binnen en buiten onze sector. Wij geloven dat samenwerking en kennisdeling essentieel zijn om gezamenlijk een bijdrage te leveren aan een duurzamere toekomst.



INHOUD

04

INTRODUCTIE

- 1.1 Visie van de Site manager
- 1.2 Huidige duurzame initiatieven
- 1.3 Onze aanpak

08

DUURZAAMHEIDSSTRATEGIE

- 2.1 Wat we doen
- 2.2 Onze rol in de keten
- 2.3 Belangrijke stakeholders
- 2.4 Onze waardeketen
- 2.5 Materialiteitsanalyse
- 2.6 Strategische pijlers

16

DUURZAME BEDRIJFSVOERING

- 3.1 Introductie duurzame bedrijfsvoering
- 3.2 Milieubelasting
- 3.3 CO₂-uitstoot
- 3.4 Waterverbruik
- 3.5 Bedrijfsafval

22

SOCIALE IMPACT EN BETROKKENHEID

- 4.1 Introductie sociale impact en betrokkenheid
- 4.2 Optimale financiële gezondheid en baan zekerheid voor medewerkers
- 4.3 Ontwikkeling en opleiding
- 4.4 Ziekteverzuim
- 4.5 Man/vrouw verhouding
- 4.6 Medewerkerstevredenheids-onderzoek (MTO)

26

DUURZAAM PRODUCT EN DIENSTVERLENING

- 5.1 Introductie duurzaam product en dienstverlening
- 5.2 Duurzaam inkoopbeleid
- 5.3 Duurzame logistiek

29

CONCLUSIES EN VERVOLGSTAPPEN

- 6.1 Conclusies en vervolgstappen
- 6.2 Meten en sturen
- 6.3 Betrokkenheid organisatie



INTRODUCTIE



Dat begint bij de medewerkers van Besc; samen creëren wij een cultuur waarin ontwikkeling, welzijn en betrokkenheid centraal staan. Door te investeren in opleiding en het delen van kennis, stimuleren we groei, zowel op persoonlijk als op professioneel vlak.

Duurzaam ondernemen betekent ook dat we kritisch kijken naar onze keten. Onze leveranciers worden uiteraard onder andere geselecteerd op basis van kwaliteit, leverbetrouwbaarheid en hygiëne, maar ook aspecten als geografische ligging en duurzaam produceren spelen daarbij een zeer belangrijke rol.

De vier kernwaarden van Besc vormen het kompas voor ons dagelijks handelen. Openheid betekent voor ons kiezen voor transparantie en duidelijkheid; we zijn trots op wat we doen en hoe we dat doen. Gastvrijheid zit diep in onze genen, wat zichtbaar is in de manier waarop we respectvol en persoonlijk



DE VIER KERNWAARDEN
VAN BESC VORMEN HET
KOMPAS VOOR ONS
DAGELIJKS HANDELEN

Arno Dominicus

1.1 VISIE VAN DE SITE MANAGER

Als voedingsmiddelenproducent voelen we bij Besc de verantwoordelijkheid voor duurzaam, transparant en sociaal verantwoord ondernemen. Naast onze focus op gebied van productkwaliteit en groei, richten wij ons vanzelfsprekend ook op de zorg voor mens en milieu.

Onze missie is helder: inspireren met pure smaak. Niet alleen door het ontwikkelen van hoogwaardige koelverse producten, maar juist door bewust te kiezen voor een duurzame en toekomstgerichte aanpak.

BESC: SPECIALIST IN KOELVERSE KNOFLOOK EN KRUIDEN VOOR DE PROFESSIONELE KEUKEN

Besc ontwikkelt en produceert koelverse knoflook- en kruidenproducten voor de professionele keuken. Wij combineren ambachtelijke smaakbeleving met technologische innovatie.

Tegelijkertijd zijn wij stevig verankerd in de Europese voedingsmiddelenindustrie. Deze positie stelt ons in staat om voortdurend te innoveren, duurzaam te ondernemen en blijvend waarde te creëren voor onze klanten, medewerkers en partners.



relaties onderhouden met iedereen waarmee we in contact komen. We realiseren ons dat we te gast zijn op deze aarde en behandelen onze planeet zorgvuldig. Teamwork, zowel met klanten, leveranciers, collega's als andere relaties, is een drijvende kracht achter ons succes, want samen bereiken we meer dan ieder voor zich. Nieuwsgierigheid vormt de motor achter het ontdekken van nieuwe smaaksensaties, concepten, toepassingen en markten, en stimuleert de ontwikkeling van het potentieel van onze medewerkers.

Ik ben ervan overtuigd dat duurzaam ondernemen begint bij transparantie en het lef om verantwoordelijkheid te nemen. Of het nu gaat om het rapporteren van onze CO₂-uitstoot, het delen van onze maatschappelijke initiatieven of het actief luisteren naar medewerkers, klanten en leveranciers: echte impact ontstaat wanneer je als organisatie open en eerlijk bent, wil blijven leren en voortdurend kiest voor de lange termijn.

Samen bouwen we aan een Bresc dat blijft inspireren, nu en in de toekomst. Want alleen als we samenwerken kunnen we echte vooruitgang boeken, voor onze medewerkers, onze partners en de samenleving als geheel.

Arno Dominicus
Site manager

ALLES BEGINT BIJ DE BRON.

In onze optiek is er een rechtstreekse lijn van de teler op het land tot het gerecht op het bord in het restaurant. Wij kopen bij de bron en zien onze leveranciers als partners, net zoals onze klanten. Wij geloven in gezamenlijke ketenverantwoordelijkheid en streven naar langdurige relaties met onze leveranciers. Een constante samenwerking om de kwaliteit te borgen en, waar mogelijk, te verbeteren. Iedere grondstof heeft zijn eigen natuurlijk areaal en dit respecteren we zo veel mogelijk.





1.2 HUIDIGE DUURZAME INITIATIEVEN

Wij zetten ons actief in om onze impact op mens, milieu en maatschappij te beperken. Een aantal voorbeelden van onze huidige initiatieven zijn:

- Leveranciersselectie: waar mogelijk kiezen wij voor leveranciers in de nabijheid van onze productielocatie.
- Goed werkgeverschap is voor ons een duurzame relatie met medewerkers (leren, ontwikkelen en sociale evenementen).
- 100% groene stroom: wij maken uitsluitend gebruik van elektriciteit die is opgewekt uit hernieuwbare energiebronnen met 426 eigen zonnepanelen en 100% externe windenergie.
- Vermindering restafval met 35% ten opzichte van 2023.

100%
GROENE
STROOM

426
EIGEN
ZONNEPANELEN

100%
EXTERNE
WINDENERGIE

1.3 ONZE AANPAK

Duurzaamheid is dus geen nieuw onderwerp voor ons, maar we zien nog volop kansen om onze inspanningen structuur te geven en uit te breiden. Wij willen meer impact maken en hebben de volgende stappen voor ogen:

1 Strategieontwikkeling

Wij formuleren duidelijke duurzaamheidsdoelen en ambities voor de korte en lange termijn. Deze vormen de basis voor een gerichte en effectieve strategie.

2 Impactmeting

Voor elk doel stellen we KPI's (kritieke prestatie-indicatoren) vast. We brengen in kaart welke data al beschikbaar zijn en welke nog verzameld moeten worden.

3 Impact-stappenplan

Na het vaststellen van de KPI's kunnen we een nulmeting uitvoeren en een stappenplan opstellen. Deze bevat concrete acties en tijdlijnen om onze duurzaamheidsdoelstellingen stap voor stap te realiseren.

4 Duurzaamheidsrapportage

Dit rapport zal onze stappen, strategie, resultaten, doelstellingen, acties en adviezen samenvatten om zo een transparant overzicht te bieden van onze inspanningen en vormt de basis voor continue verbetering.

A photograph of a vast field of young green corn plants, likely in the Netherlands, under a clear blue sky. The plants are in the foreground, slightly out of focus, and stretch towards the horizon. The text is overlaid on the left side of the image.

ONZE AMBITIE IS HELDER

KLIMAATNEUTRAAL IN 2050.
DE VOORTGANG WORDT VOORTDUREND
GEMONITORD, WAARBIJ WIJ
TUSSENTIJDSE DOELEN HEBBEN
GEFORMULEERD DIE WIJ
AL IN 2035 WILLEN BEREIKEN.

DUURZAAMHEIDSSTRATEGIE

2.1 WAT WE DOEN

Bij Bresc zetten we ons dagelijks in om chef-koks te ontzorgen met hoogwaardige, koelverse knoflook- en kruidenproducten. Onze missie is om smakvolle en praktische oplossingen te bieden die bijdragen aan een efficiënte werkwijze in de professionele keuken. Daarbij streven we ernaar om niet alleen uit te blinken in kwaliteit en service, maar ook in duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Onze productie vindt plaats in eigen huis op onze moderne locatie in Werkendam. Hier combineren we ambachtelijke recepten met innovatieve technieken, zodat we flexibel kunnen inspelen op de wensen van onze klanten en de impact op het milieu kunnen minimaliseren. Wij produceren op verwachte vraag, waardoor we verspilling tegengaan en transportbewegingen beperken.

2.2 ONZE ROL IN DE KETEN

Als producent binnen een internationale voedingsmiddelenorganisatie nemen wij onze verantwoordelijkheid serieus. We willen niet alleen onze eigen milieu, sociale en bestuurlijke prestaties verbeteren, maar ook actief bijdragen aan de verduurzaming van de gehele keten. Dit doen we door continu in gesprek te blijven met onze stakeholders en samen te werken aan oplossingen die positief bijdragen aan mens, milieu en maatschappij.

Openheid en transparantie vormen daarbij het uitgangspunt. Door helder te rapporteren over onze inspanningen en aandachtspunten, spelen we in op veranderende wet- en regelgeving en op de groeiende verwachtingen van onze stakeholders. Op die manier bouwen we samen aan een duurzame en toekomstbestendige branche.



2.3 BELANGRIJKE STAKEHOLDERS

Wij beschouwen de volgende partijen als belangrijke stakeholders:

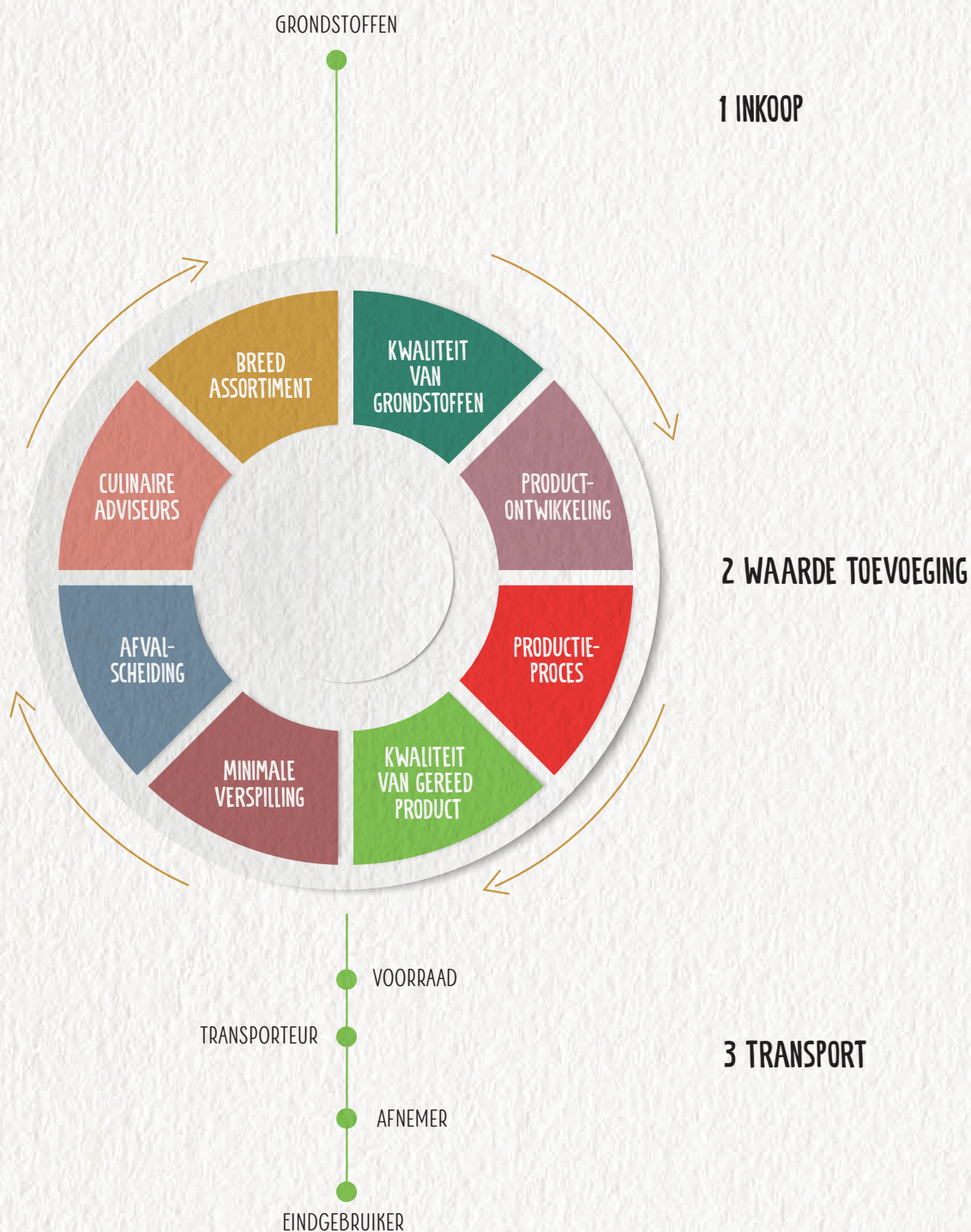
- Medewerkers
- Klanten
- Leveranciers
- Voedingsmiddelenindustrie
- Maatschappij
- (Lokale) Omgeving
- Aandeelhouders: Hügli en Bell Food Group
- Partners (onder andere: software, logistiek, onderhoudsmonteurs machines)

Bij het ontwikkelen van onze duurzaamheidsstrategie betrekken we onze stakeholders om samen een positieve impact te maken. Dit hebben wij concreet gedaan door middel van een enquête onder onze leveranciers, klanten, medewerkers en aandeelhouders. Door hen actief te betrekken, hebben we gezamenlijk bepaald hoe belangrijk duurzaamheid is binnen onze keten en op welke thema's wij de meeste impact kunnen maken. Deze input vormt de basis voor onze strategische keuzes en stelt ons in staat onze duurzaamheidsinspanningen doelgericht en gedragen te realiseren.

**DEZE KETEN BESLAAT
ALLE STAPPEN VAN
GRONDSTOF TOT
EINDGEBRUIKER**

2.4 ONZE WAARDEKETEN

Om gericht en effectief te kunnen verduurzamen, is het essentieel om inzicht te hebben in onze volledige waardeketen. Deze keten beslaat alle stappen van grondstof tot eindgebruiker en laat zien waar wij waarde creëren en waar duurzaamheidsimpact plaatsvindt. Door onze waardeketen in kaart te brengen, maken we zichtbaar waar kansen liggen voor verbetering en samenwerking. Hieronder, in **figuur 1**, tonen we de belangrijkste schakels in onze keten.



FIGUUR 1 ONZE WAARDEKETEN



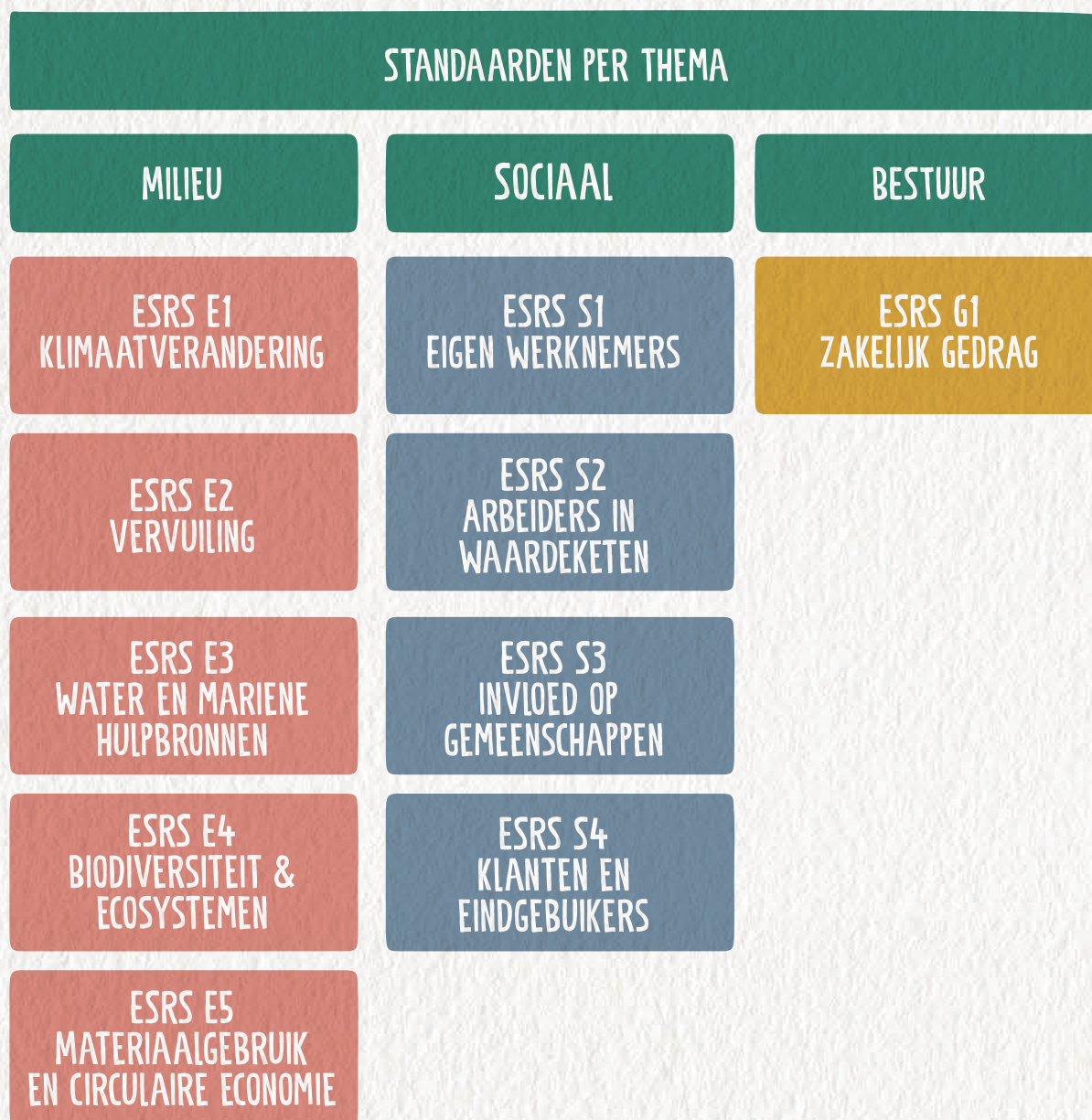
2.5 MATERIALITEITSANALYSE

Bij verduurzaming is het belangrijk prioriteiten te stellen. Niet elk thema is even relevant. Wij richten ons daarom op items waarop we echt impact kunnen maken. Zonder een gerichte aanpak dreigt het gevaar van versnipperde activiteiten, die onvoldoende samenhang hebben en daardoor weinig structurele impact genereren. Ook richting stakeholders maakt dit het lastig om een heldere koers en ambitie over te brengen, wat samenwerking binnen de keten kan belemmeren.

**DOOR EEN GERICHTE AANPAK
VOORKOMEN WE HET GEVAAR
VAN VERSNIJPERDE ACTIVITEITEN**

Om hierin structuur aan te brengen en onze duurzaamheidsinspanningen te richten op waar we echt impact kunnen maken, heeft Bresc een dubbele materialiteitsanalyse uitgevoerd. Hierbij is gebruikgemaakt van het CSRD-kader (Corporate Sustainability Reporting Directive), dat aansluit bij de rapportageverplichtingen voor grote ondernemingen met ketenverantwoordelijkheid.





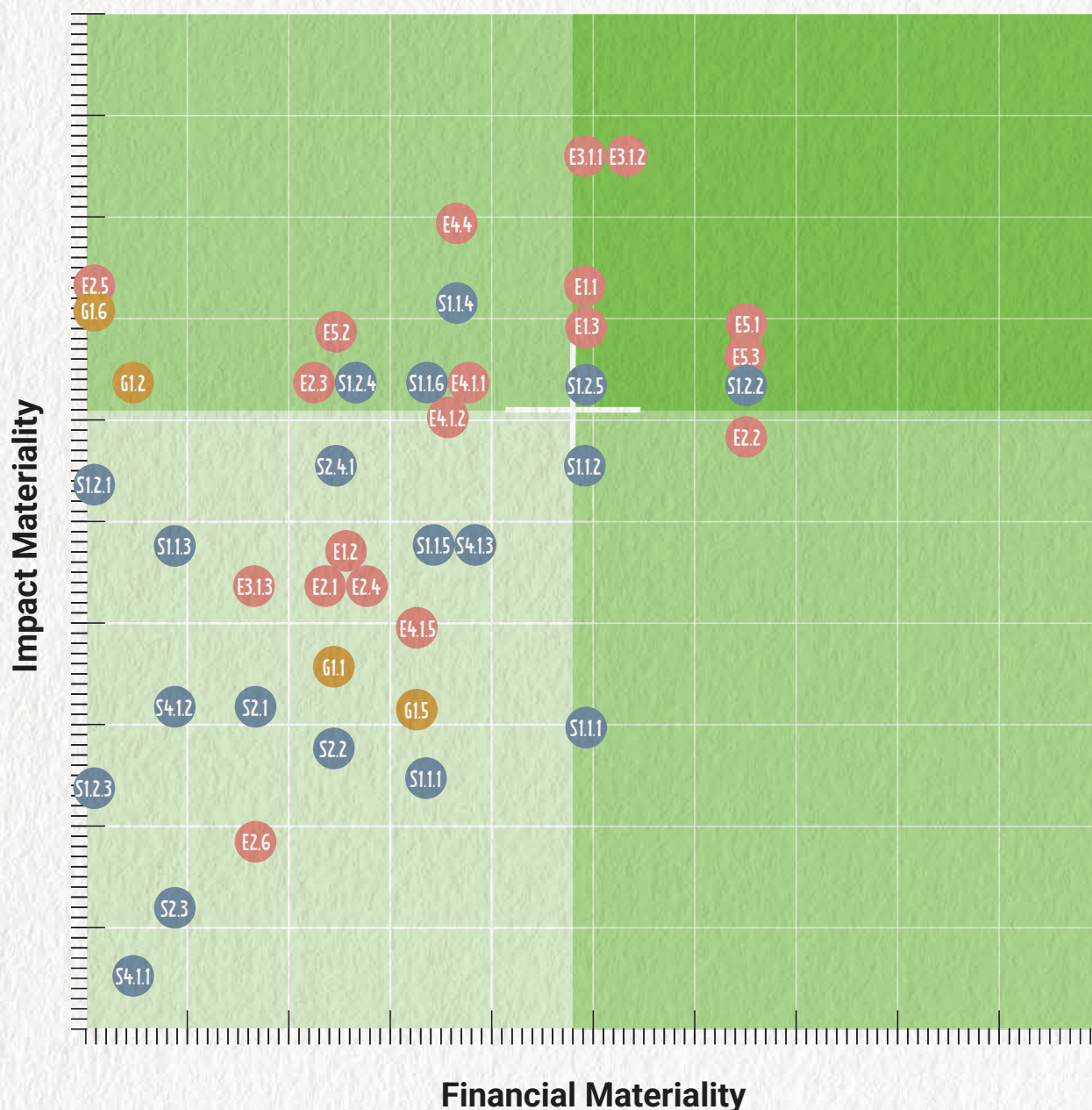
FIGUUR 2 EUROPEAN SUSTAINABILITY REPORTING STANDARDS (ESRS)

De Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) helpt organisaties om transparant te rapporteren over duurzaamheid, impact en risico's. De richtlijnen die hiervoor gebruikt dienen te worden zijn de European Sustainability Reporting Standards (ESRS). De ESRS specificeren wat en op welke manier bedrijven dienen te rapporteren over milieu, sociale aspecten en governance en zorgen voor vergelijkbaarheid en consistentie binnen de lidstaten van de Europese Unie. Hierboven, in **figuur 2**, is het ESRS-kader weergegeven.

MATERIALITEITSMATRIX

WE VERDUURZAMEN
DOOR CONTINU
ONZE PROCESSEN
TE VERBETEREN

Door deze methodiek te hanteren, zorgen wij ervoor dat onze rapportage toekomstbestendig is en aansluit op de verwachtingen van ketenpartners. De analyse is uitgevoerd op basis van contact met stakeholders en het verzamelen en het verwerken van interne data. Door deze analyse is onderstaande materialiteitsmatrix, te zien in **figuur 3**, tot stand gekomen. Hierin dient een middelpunt te worden aangegeven en alle thema's in het vlak rechtsboven zijn materieel voor Bresc. Een thema is materieel wanneer het zowel een significante impact heeft op de organisatie als op de omgeving en daarom prioriteit krijgt binnen onze strategie en rapportage.



FIGUUR 3 DE MATERIALITEITSMATRIX

Het middelpunt van de materialiteitsmatrix is geplaatst op een zodanige manier dat de differentiatie tussen thema's die als meest materieel zijn aangemerkt, duidelijk zichtbaar is. De gekozen positie benadrukt dat de onderwerpen rechtsboven in de matrix (E1.1, E1.3, E3.1.1, E3.1.2, E5.1, E5.3, S1.2.5 en S1.2.2) zowel voor de onderneming zelf als voor de maatschappij en het milieu aanzienlijke impact genereren. Wanneer we de onderwerpen uit de matrix koppelen aan het eerder beschreven ESRS model kunnen we de volgende koppelingen maken:

- E 1.1 en E1.3 kunnen gekoppeld worden aan ESRS E1
- E 3.1.1 en E3.1.2 kunnen gekoppeld worden aan ESRS E3
- E 5.1 en E5.3 kunnen gekoppeld worden aan ESRS E5
- S 1.2.5 en S1.2.2 kunnen gekoppeld worden aan ESRS S1

Naast deze thema's hechten wij ook veel waarde aan goed bestuur (governance). Binnen de CSRD komt dit tot uiting in het thema G1 – Zakelijk gedrag. Dit thema vormt een belangrijk fundament onder onze duurzaamheidsaanpak, omdat het ingaat op de manier waarop wij werken, besluiten nemen en onze ketenrelaties vormgeven. Onderwerpen zoals ethisch ondernemerschap, transparantie en verantwoord inkoopgedrag hebben directe invloed op onze milieu- en sociale prestaties, bijvoorbeeld via onze CO₂-uitstoot en impact op de keten. Door G1 nadrukkelijk mee te nemen, borgen we dat onze duurzaamheidsstrategie niet alleen gericht is op wat we doen, maar ook op hoe we het doen.

In combinatie met de eerder benoemde thema's leidt dit derhalve tot de volgende materiële ESRS (European Sustainability Reporting Standard) voor ons:

- ESRS E1 – Klimaatverandering
- ESRS E3 – Waterbronnen
- ESRS E5 – Hulpbronnen en circulaire economie
- ESRS S1 – Eigen medewerkers
- ESRS G1 – Zakelijk gedrag

Om de ambitie klimaatneutraal in 2050 te realiseren, willen wij op verantwoorde en duurzame manier groeien. Groei betekent voor ons niet alleen een groter productievolume, maar vooral het versterken van onze efficiëntie en het verminderen van onze milieu-impact. Ons streven is om de productie te vergroten zonder dat de CO₂-uitstoot per kilogram geproduceerd product toeneemt. Door te investeren in innovatieve technologieën en het continu optimaliseren van onze processen, laten wij zien dat groei en verduurzaming hand in hand gaan.



2.6 STRATEGISCHE PIJLERS

De geselecteerde materiële thema's vormen samen de basis voor ons duurzaamheidsbeleid. Om deze thema's op een samenhangende en herkenbare manier te vertalen naar onze dagelijkse praktijk, hebben wij ze gebundeld in drie strategische pijlers.

- Duurzame bedrijfsvoering
- Sociale impact en betrokkenheid
- Duurzaam product en dienstverlening

De pijler Duurzame bedrijfsvoering richt zich op het verder verduurzamen van onze interne processen en bedrijfsvoering. Binnen deze pijler ligt de focus op:

E1 Klimaatverandering

Hieronder verstaan wij het beperken van onze CO₂-uitstoot en het minimaliseren van onze milieu-impact door efficiënter energieverbruik, duurzamere mobiliteit en het benutten van hernieuwbare energiebronnen.

E3 Waterbronnen

Bij waterbronnen ligt de focus op het zorgvuldig omgaan met water in onze processen en het voorkomen van verspilling en verontreiniging.

E5 Hulpbronnen en circulaire economie

Hier draait het om het reduceren van afvalstromen, het inkopen van verantwoord materiaal en het stimuleren van hergebruik. Door continu te monitoren en te verbeteren, willen wij binnen deze pijler laten zien dat groei en duurzaamheid hand in hand kunnen gaan.

De pijler Sociale impact en betrokkenheid richt zich op de mensen binnen en buiten onze organisatie. We streven naar een veilige, gezonde en inclusieve werkomgeving waar medewerkers zich kunnen ontwikkelen en bijdragen aan duurzame waardecreatie. Ook zetten wij ons actief in voor maatschappelijke initiatieven en samenwerking met partners die onze waarden delen.

S1 – Eigen personeel

Hier draait het om de effecten van Besc op het eigen personeel, inclusief zowel positieve als negatieve impact, evenals financiële risico's en kansen. Dit omvat alles van werkgelegenheidspraktijken tot welzijn van werknemers en transparantie over toekomstige inspanningen om de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Tot slot staat de pijler Duurzaam product en dienstverlening voor de verduurzaming van ons aanbod richting klanten. Door kritisch te kijken naar ons inkoopbeleid en de logistiek die hierbij komt kijken, willen wij bijdragen aan een duurzamere keten.

G1 – Zakelijk gedrag

Onder zakelijk gedrag verstaan wij het borgen van ethisch, transparant en verantwoord ondernemerschap. Dit omvat eerlijke besluitvorming, integere ketenrelaties en naleving van wet en regelgeving, die gezamenlijk de basis vormen voor duurzame prestaties op milieu- en sociaal gebied.



A close-up photograph of a man with dark, curly hair and a light beard, smiling warmly. He is wearing a white t-shirt. The background is slightly blurred, showing an indoor setting with a window and another person's shoulder in a patterned shirt.

SOCIALE IMPACT EN BETROKKENHEID

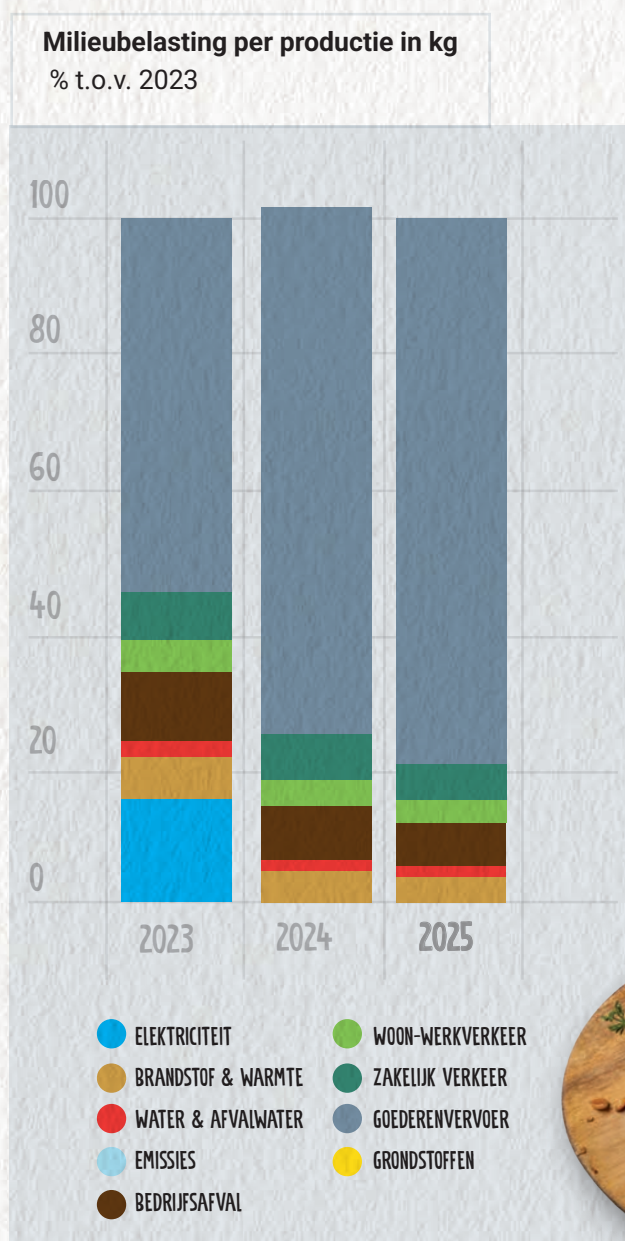
WIJ ZIEN WELZIJN EN
WERKGELUK VAN ONZE
MEDEWERKERS ALS EEN
VAN DE BELANGRIJKSTE PIJLERS

DUURZAME BEDRIJFSVOERING

3.1 INTRODUCTIE DUURZAME BEDRIJFSVOERING

Om de drie thema's (E1, E3 en E5) binnen deze pijler concreet te maken, hebben wij gekeken naar de onderdelen waarop onze activiteiten de grootste invloed hebben: CO₂-uitstoot, watergebruik en afvalproductie. Deze onderdelen vormen een vertaling van de ESRS-thema's

klimaatverandering, water- en mariene hulpbronnen en hulpbronnen en circulaire economie. Om te bepalen waar wij momenteel staan en waar de belangrijkste verbeterkansen liggen, hebben wij onze milieubelasting in kaart gebracht. Dit geeft inzicht in de totale impact van onze processen op het milieu en vormt het vertrekpunt voor het formuleren van duidelijke duurzaamheidsdoelen.



3.2 MILIEUBELASTING

Om inzicht te krijgen in onze impact op het milieu en gericht te kunnen sturen op verbetering, houden wij sinds 2023 systematisch onze milieubelasting bij. In **figuur 4** is zichtbaar hoe we inzicht hebben gekregen op de drie pijlers van onze duurzaamheidsdoelen: CO₂-uitstoot, waterverbruik en afvalproductie. Om rekening te houden met de groei van onze organisatie zijn de cijfers genormaliseerd tegen de geproduceerde kg per jaar.



BRON: MILIEUBAROMETER BRESO B.V. 28 JANUARI 2026
FIGUUR 4 MILIEUBELASTING PER PRODUCTIE IN KG

3.3 CO₂-UITSTOOT

Bresc heeft zich ten doel gesteld om haar CO₂-uitstoot te verlagen, als bijdrage aan een duurzame wereld. De basis voor een effectieve klimaatstrategie is het nauwkeurig bijhouden en meten van de CO₂-uitstoot, waarvoor wij het Greenhouse Gas Protocol (GHG) hanteren. Dit protocol is de wereldwijde standaard voor het meten en beheren van broeikasgasemissies en maakt onderscheid tussen drie scopes van emissies:

SCOPE 1 Directe emissies

Dit zijn directe emissies van bronnen die eigendom zijn van of beheerd worden door Bresc, zoals:

- Aardgas en brandstof die on-site worden gebruikt;
- Emissies van verbranding in boilers en ovens;
- Emissies van eigen voertuigen;
- Procesemissies van industriële processen op locatie.

SCOPE 2 Indirecte emissies van aangekochte energie

Dit betreft indirecte broeikasgasemissies van energie die van buiten het bedrijf wordt aangekocht, zoals elektriciteit, warmte of koeling.

SCOPE 3 Indirecte emissies in de waardeketen

Dit omvat alle indirecte emissies die in de waardeketen van de onderneming plaatsvinden, waaronder:

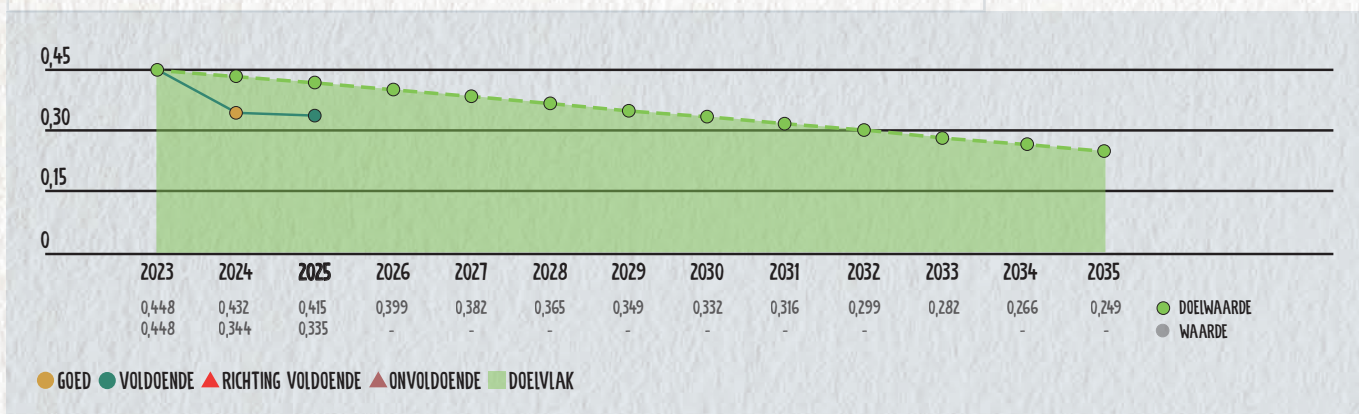
- Upstream emissies: Indirecte emissies vanuit aangekochte goederen of diensten.
- Downstream emissies: Indirecte emissies van verkochte goederen of diensten na het verlaten van het bedrijf.

Wij brengen de CO₂-uitstoot van Bresc vanaf 2023 in kaart. Hierbij focussen we ons op scope 1 en 2. Tevens hebben we, items uit scope 3 waar we invloed op hebben en de data van beschikbaar is, toegevoegd. Wij willen hierover graag steeds

uitgebreider en nauwkeuriger rapporteren. De totale CO₂-uitstoot per kg productie over 2025 bedraagt 335 gram CO₂ per kg. Onze doelwaarde voor 2035 is 249 g CO₂ per kg geproduceerd product. Onze doelen per jaar zijn te zien in onderstaande **figuur 5**.

CO₂-uitstoot per geproduceerde kilogram. Doel: 0 kg CO₂ / kg product in 2050.

kg CO₂ / kg product

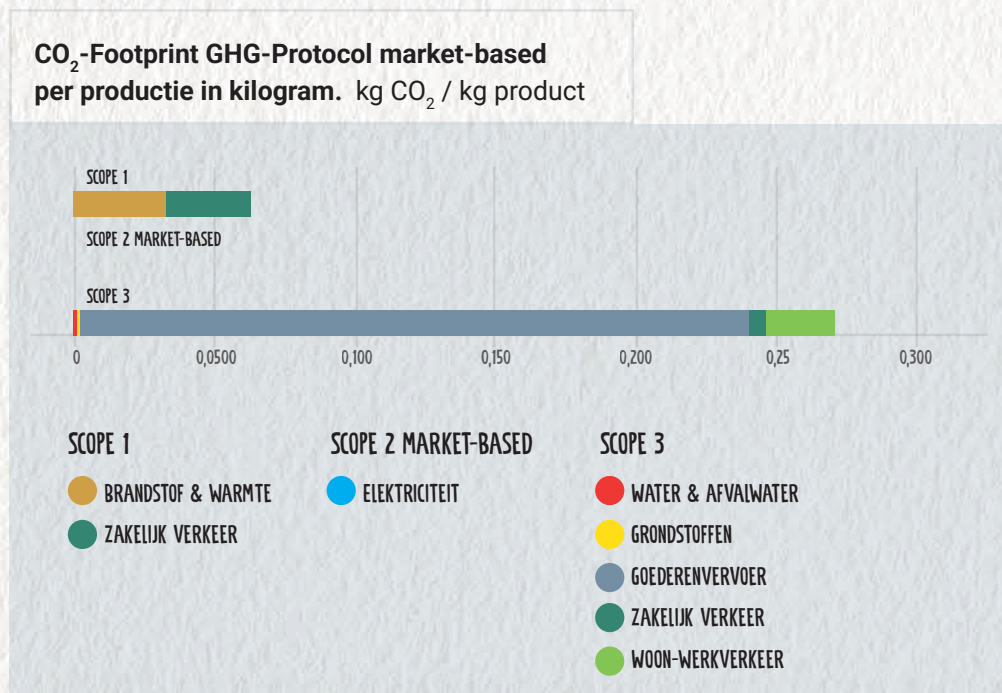


BRON: MILIEUBAROMETER BRES B.V. 28 JANUARI 2026

FIGUUR 5 DOELN CO₂-UITSTOOT PER GEPRODUCEERDE KG

Sinds 2024 gebruiken we uitsluitend groene stroom, waarvan een groot deel zelf wordt opgewekt door onze zonnepanelen. Ook nemen we sinds dat jaar de uitstoot van onze volledige

goederenstroom mee in onze berekeningen. Door deze groene stroom is in het **figuur 6** hieronder te zien dat de CO₂-voetafdruk van scope 2 tot 0 is gereduceerd.



BRON: MILIEUBAROMETER BRESO B.V. 28 JANUARI 2026

FIGUUR 6 HUIDIGE CO₂-VOETAFDruk PER GEPRODUCEERDE KG

CO₂ UITSTOOT

DOEL IN 2050:
0 KG CO₂ / KG PRODUCT

WATERVERBRUIK

DOEL:
ELK JAAR 3% MINDER

RESTAFVAL

DOEL:
ELK JAAR 6% MINDER

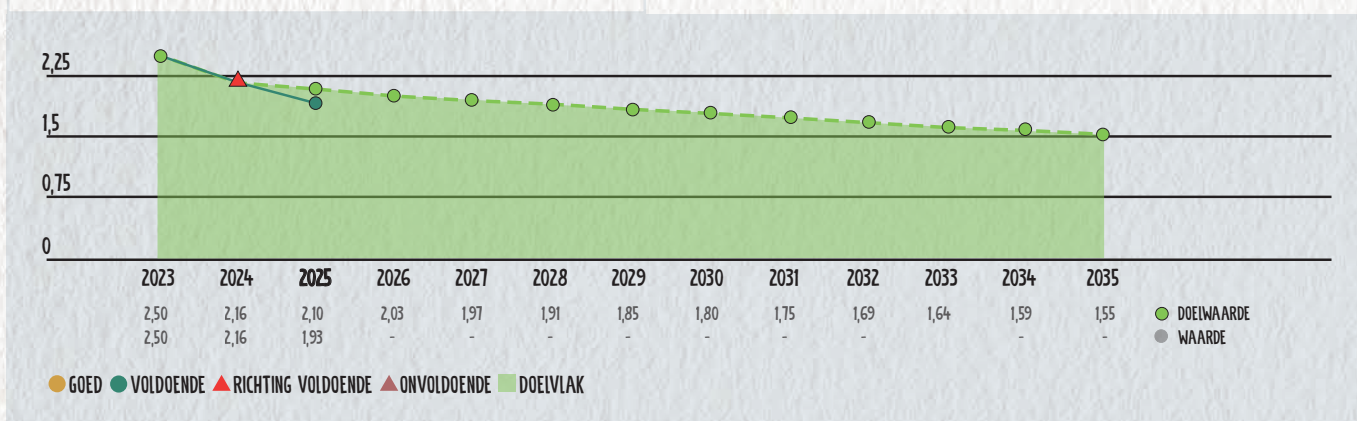
3.4 WATERVERBRUIK

Bresc is producent van koelverse knoflook- en kruidenproducten. Voor deze productie en de schoonmaak van onze machines is water nodig. Ons doel is om elk jaar 3% minder water

te verbruiken in relatie tot geproduceerde kilo's. Zie hiervoor **figuur 7**. Ons waterverbruik over 2025 bedroeg 1,93 liter per kilogram geproduceerd product. Onze ambitie voor 2035 is om op maximaal 1,55 liter per kilogram geproduceerd product te verbruiken.

Waterverbruik per geproduceerde kilogram.

Doel: elk jaar 3% minder. Liter / kg product



BRON: MILIEUBAROMETER BRES C B.V. 28 JANUARI 2026

FIGUUR 7 DOELN WATERVERBRUIK PER GEPRODUCEERDE KG

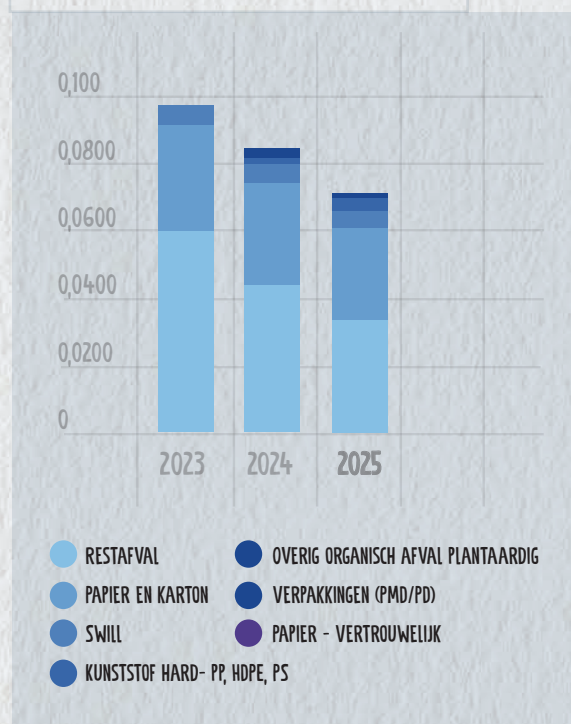
ZOWEL TECHNOLOGISCHE ALS PROCESMATIGE VERBETERINGEN, ZOALS EFFICIËNTERE SCHOON-MAAKPROCESSEN EN BEWUST WATERMANAGEMENT, DRAGEN BIJ AAN EEN LAGER WATERVERBRUIK.



3.5 BEDRIJFSAFVAL

We zien hieronder in **figuur 8** een afname in de totale hoeveelheid bedrijfsafval in de afgelopen jaren.

Afval - gewicht - bedrijfsafval per productie kilogram. kg / kg product



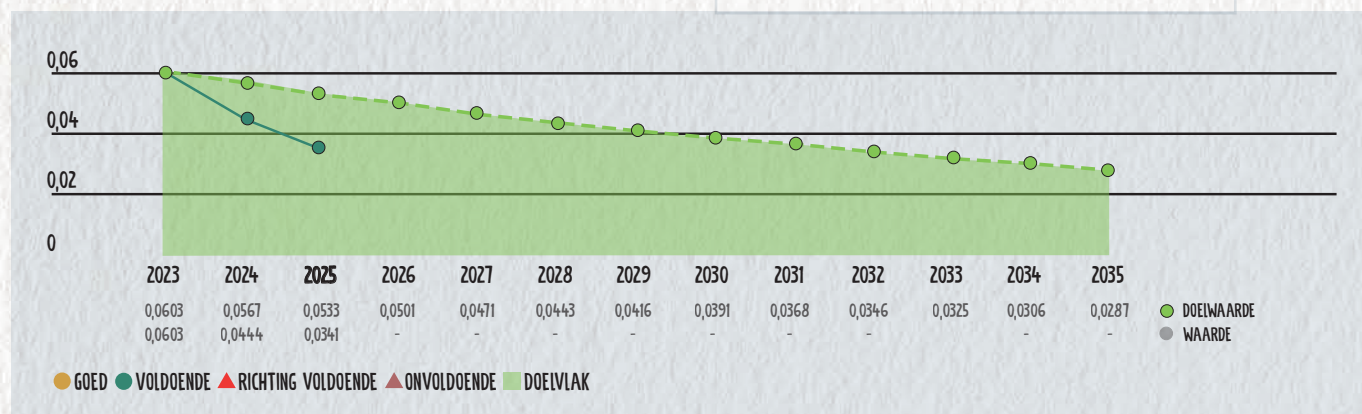
BRON: MILIEUBAROMETER BRESO B.V. 28 JANUARI 2026

FIGUUR 8 HUIDIG BEDRIJFSAFVAL PER GEPRODUCEERDE KG



Onze focus voor de komende jaren ligt op reductie van restafval, omdat deze het grootste aandeel heeft van de totale hoeveelheid bedrijfsafval. We willen elk jaar de hoeveelheid restafval met 6% verminderen. Zie dit doel hieronder in **figuur 9**.

Restafval per productie kilogram.
Doel: elk jaar 6% minder. kg / kg product



BRON: MILIEUBAROMETER BRESO B.V. 28 JANUARI 2026

FIGUUR 9 DOELEN BEDRIJFSAFVAL PER GEPRODUCEERDE KG



ONZE AMBITIE IS HELDER

ONS INKOOPBELEID ZO VORMGEVEN
DAT WIJ PRODUCTEN DICHTER BIJ
HUIS INKOPEN, WAARBIJ WIJ DE
KWALITEIT VAN ONZE GRONDSTOFFEN
WAARBORGEN.

SOCIALE IMPACT EN BETROKKENHEID

4.1 INTRODUCTIE SOCIALE IMPACT EN BETROKKENHEID

Bresc vindt het belangrijk om goed voor haar medewerkers te zorgen. Wij beslissen aan de hand van twee speerpunten:

- Cultuur is medebepalend voor succes.
- De organisatie kan niet groeien en ontwikkelen als de medewerkers niet groeien en ontwikkelen.

Wij zien welzijn en werkgelek van onze medewerkers als een van de belangrijkste pijlers. Wij werken voortdurend aan onderstaande thema's:

- 1 Medewerkerstevredenheid >80%
- 2 Minimaal 90% van onze medewerkers heeft, in elk jaar, een op behoefte gebaseerde training of opleiding gehad
- 3 Goed opgeleide operators (>90% op niveau van zijn/haar skill matrix)
- 4 Minimaal 75% van de leidinggevendenden rondt minimaal 3 trainingen en/of opleidingen af per jaar
- 5 Ontwikkelprogramma voor leidinggevendenden gebaseerd op competentiematrix (>90% op niveau van zijn/haar competentiematrix)

4.2 OPTIMALE FINANCIËLE GEZONDHEID EN BAANZEKERHEID VOOR MEDEWERKERS

Financiële en niet-financiële waarde zijn nauw met elkaar verbonden. Om onze duurzame doelen voor 2035 te behalen, is het cruciaal dat we een financieel gezonde onderneming blijven. Voor de investeringen die we in duurzaamheid willen doen, hebben we een blijvende positieve cashflow nodig. Momenteel hebben we een gezonde cashflowpositie.

Als werkgever streven we ernaar om stabiele baangarantie en doorgroeimogelijkheden te bieden aan onze werknemers, wat moet leiden tot een laag personeelsverloop.

Vanuit Business Continuity Management is een plan opgesteld wat te doen wanneer er zich een onvoorziene omstandigheid voordoet.

Het welzijn van onze medewerkers is een van de belangrijkste pijlers van onze organisatie. We streven naar een optimale balans tussen de belangen van de medewerker, de klant en de organisatie.



4.3 ONTWIKKELING EN OPLEIDING

Binnen de sociale pijler van ESG (Environment, Social, Governance) staat de ontwikkeling en opleiding van medewerkers centraal. Besc hecht grote waarde aan een cultuur van continu verbeteren. Dit krijgt vorm via verbeterprogramma's, projecten en concrete verbeterplannen. Daarmee wordt niet alleen ingespeeld op de huidige bedrijfsbehoeften, maar ook op de vaardigheden die in de toekomst noodzakelijk zijn.



Om de volgende generatie medewerkers te bereiken en aan te spreken, heeft Besc specifieke programma's ontwikkeld. Deze zijn gericht op het aantrekken van jong talent en het creëren van een werkomgeving waarin zij zich kunnen ontwikkelen.

Daarnaast is er een leerboek voor productieoperators opgesteld, waarin kennis en werkwijzen worden geborgd. Dit sluit aan op de bestaande skill matrix, die momenteel wordt ingezet in de productieafdeling en in de toekomst breder zal worden uitgerold naar andere teams binnen de organisatie.

Ook wordt persoonlijke ontwikkeling gestimuleerd: medewerkers hebben de mogelijkheid om zelf opleidingen of trainingen aan te vragen die hun werk verbeteren. In de praktijk blijkt dat hier nog relatief weinig gebruik van wordt gemaakt. Daarom werkt Besc aan een plan om deze drempel te verlagen en medewerkers actiever te stimuleren hun ontwikkeling op te pakken.

Tot slot staat duurzame inzetbaarheid hoog op de agenda. Met name voor oudere medewerkers wordt onderzocht hoe zij langer gezond en productief aan het werk kunnen blijven. Mogelijkheden die hierbij worden verkend zijn het verlichten van fysiek zwaar werk, omscholing naar andere functies of samenwerking met externe partners om passende alternatieven te bieden.

OP DEZE MANIER BOUWT BESC AAN EEN LERENDE ORGANISATIE WAARIN ONTWIKKELING EN OPLEIDING NIET ALLEEN BIJDRAGEN AAN DE PRESTATIES VAN VANDAAG, MAAR OOK DE TOEKOMSTBESTENDIGHEID VAN HET BEDRIJF EN HAAR MEDEWERKERS VERSTERKEN.



**WIJ ZIJN EEN
INCLUSIEVE
WERKOMGEVING
WAAR IEDEREEN
GELIJKE KANSEN
KRIJGT**

4.4 ZIEKTEVERZUIM

Het ziekteverzuim bij Besc is opgesplitst in kort en lang verzuim. In 2024 bedroeg het kort verzuim 1,5% en het lang verzuim 2%. Ter vergelijking: volgens de meest recente cijfers van het CBS ligt het gemiddelde ziekteverzuim in de voedingsbranche in 2024 op 6%. Besc scoort hiermee aanzienlijk lager dan het branchegemiddelde. Dit resultaat laat zien dat het beleid rondom gezondheid, duurzame inzetbaarheid en het welzijn van medewerkers effectief is. Toch blijft aandacht voor preventie belangrijk, zeker met oog op de vergrijzing en de wens om medewerkers langer gezond aan het werk te houden.

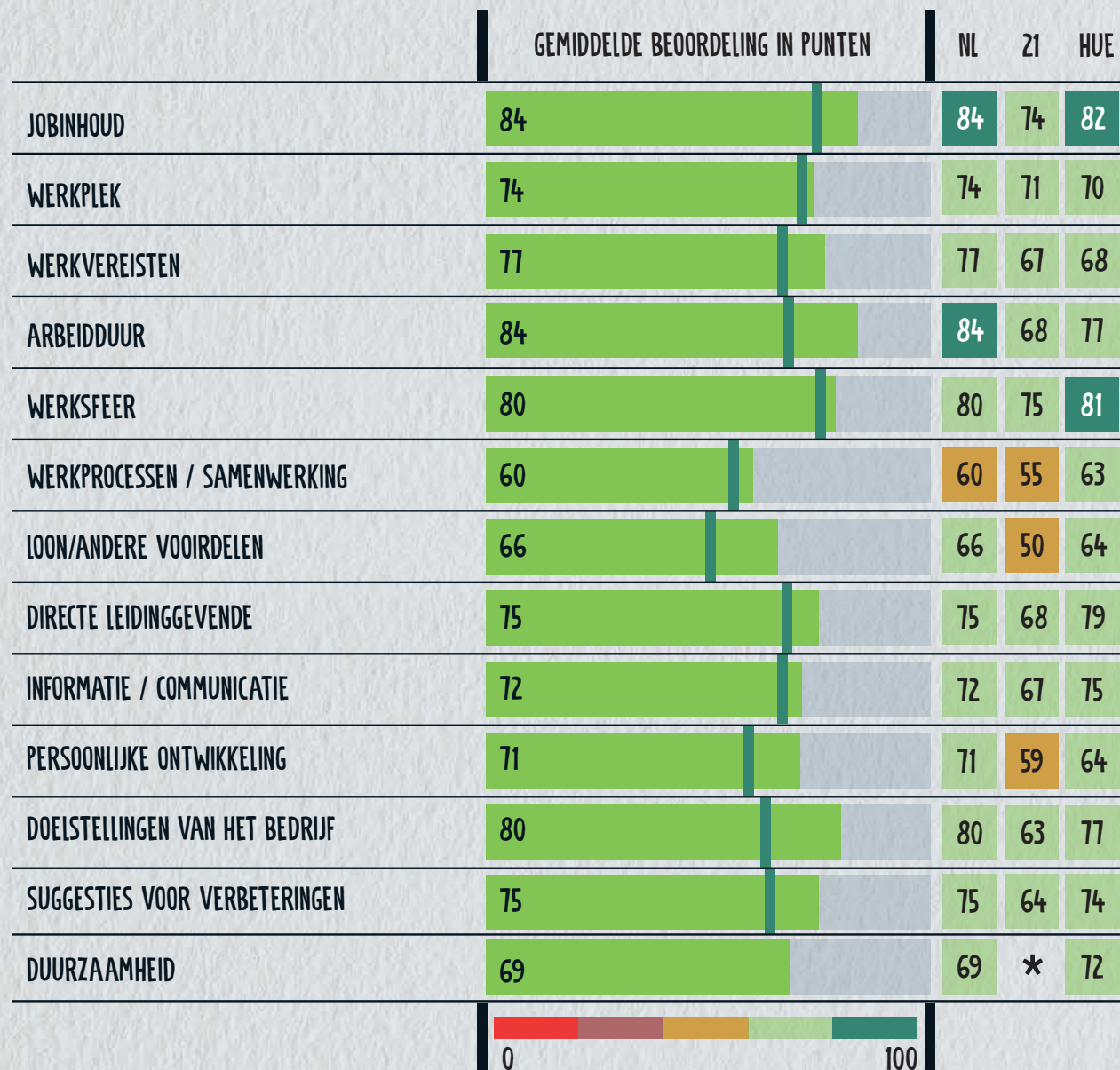
4.5 MAN/VROUW VERHOUDING

Binnen Besc werken 47 mannen en 33 vrouwen, wat neerkomt op een verhouding van ongeveer 59% mannen en 41% vrouwen (47:33). Dit laat zien dat de organisatie een relatief evenwichtige man-vrouwverdeling kent. Wij zijn een inclusieve werkomgeving waar iedereen gelijke kansen krijgt, ongeacht geslacht. Binnen Besc streven we naar een percentage van minimaal 30% vrouwen in leidinggevende functies.



4.6 MEDEWERKERSTEVREDENHEIDSONDERZOEK (MTO)

Elke 3 jaar wordt er een medewerker tevredenheidsonderzoek uitgevoerd. In 2024 is deze met 74% positief beoordeeld t.o.v. 65% in 2021. Deze percentages zijn de gemiddelde scores van onderstaande tabel in **figuur 10**.



FIGUUR 10 MEDEWERKERSTEVREDENHEIDSONDERZOEK 2024 T.O.V. 2021

De volgende punten zullen wij naar aanleiding van dit MTO verbeteren:

- Het verhogen van de efficiëntie van processen en samenwerking tussen afdelingen.
- Het vergroten van het bewustzijn omtrent duurzaamheid binnen de organisatie, inclusief verduidelijking van wat duurzaamheid inhoudt, welke initiatieven Besc onderneemt en op welke wijze medewerkers hier aan kunnen bijdragen.

DUURZAAM PRODUCT EN DIENSTVERLENING

5.1 INTRODUCTIE DUURZAAM PRODUCT EN DIENSTVERLENING

Bij Bresc staan smaak, kwaliteit en duurzaamheid centraal. Als producent van koelverse knoflook- en kruidenproducten voor de professionele keuken voelen wij ons verantwoordelijk voor de impact van onze producten in de gehele keten. Daarom streven wij ernaar oplossingen te bieden die niet alleen voldoen aan de hoogste culinaire standaarden, maar ook bijdragen aan een duurzamere voedingsmiddelenindustrie.

5.2 DUURZAAM INKOOPBELEID

Per product item bekijken wij waar het momenteel wordt ingekocht. Daarbij stellen wij vragen zoals: Waarom wordt het juist bij deze leverancier ingekocht? Kan dit product worden ingekocht op een plek dichterbij? Is er een duurzamer of vervangend product beschikbaar?

Deze kritische benadering stelt ons in staat om inkoop beslissingen te nemen die zowel kwaliteit als duurzaamheid bevorderen.

**WE ZIEN MOGELIJKHEDEN VOOR
TRANSPORT VAN GRONDSTOFFEN
VIA TREIN IN PLAATS VAN
VRACHTAUTO OF BOOT**

Om deze ambities te realiseren, selecteren wij onze leveranciers zorgvuldig. Naast kwaliteit, prijs en leverbetrouwbaarheid kijken wij steeds meer naar hun duurzaamheidsinspanningen. Zo bouwen wij aan een keten waarin iedereen verantwoordelijkheid neemt voor mens, milieu en maatschappij.

Daarnaast toetsen wij onze inspanningen regelmatig via audits en certificeringen. Onze gehele bedrijfsvoering voldoet aan de BRC-normen, waarmee wij de hoogste standaarden in kwaliteit, voedselveiligheid en duurzaamheid waarborgen.



Om onze impact concreet te maken, betrekken wij klanten structureel bij de evaluatie van onze producten en dienstverlening. We starten met een klanttevredenheidsonderzoek als nulmeting. De resultaten vertalen wij naar concrete verbeterdoelstellingen om onze productkwaliteit en service continu te versterken.

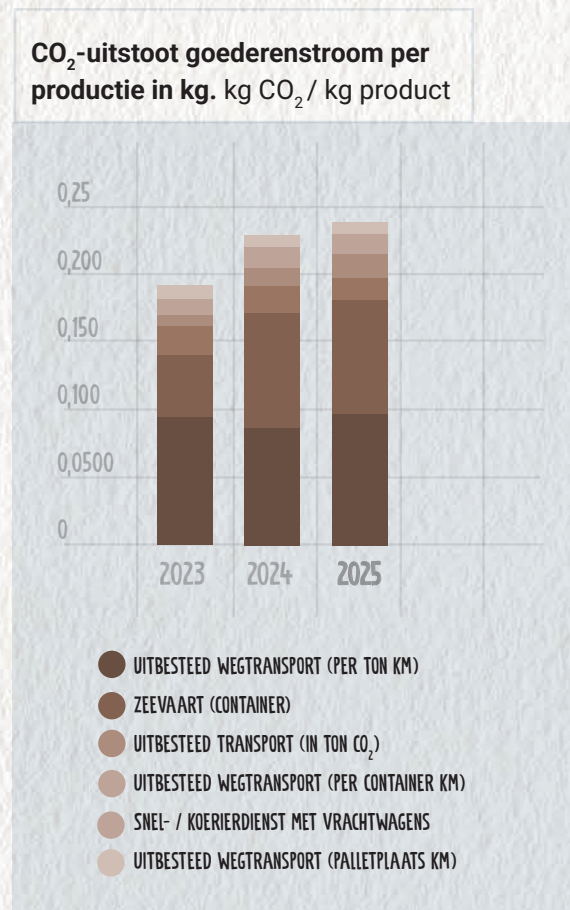
Bij Bresc geloven wij dat duurzame productontwikkeling en klantgerichtheid hand in hand gaan. Door te blijven investeren in innovatie, samenwerking en transparantie, dragen onze koelverse producten bij aan een toekomstbestendige en duurzame voedingsmiddelenindustrie.

Bresc zet zich in om producten dichterbij in te kopen, indien de kwaliteit hiervan kan worden gewaarborgd. Als dit niet mogelijk is, gaan we zorgen dat voor 2035 95% van verse groenten en fruit, en verwerkte groenten en fruit, in wordt gekocht bij bedrijven die volgens GlobalGAP, of soortgelijk alternatief, werken.

Ook werken we aan de eis dat minimaal 75% van onze leveranciers met een productie in, volgens Amofri BSCI, hoogrisico landen een geldige certificering hanteren op gebied van sociale standaarden, zoals SMETA en GRASP.

5.3 DUURZAME LOGISTIEK

Het duurzame inkoopbeleid en onze logistieke processen gaan hand in hand. Door producten dichterbij huis in te kopen, daalt onze CO₂-uitstoot als gevolg van goederenvervoer aanzienlijk.



BRON: MILIEUBAROMETER BRESO B.V. 28 JANUARI 2026

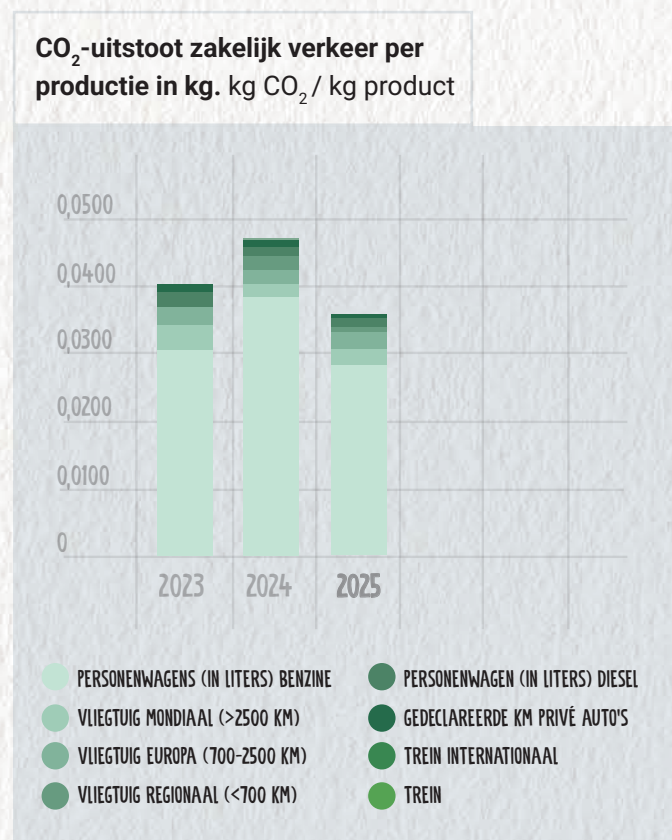
FIGUUR 11 CO₂-UITSTOOT GOEDERENVERVOER PER GEPRODUCEERDE KG

In het **figuur 11** hierboven is de CO₂-uitstoot van het goederenvervoer in 2023, 2024 en 2025 te zien. In de CO₂-uitstoot van ons goederenvervoer nemen wij de volgende bewegingen mee: van leverancier naar haven, van internationale haven naar de Nederlandse haven en van daaruit per vrachtwagen naar onze locatie. De uitstoot van schepen wordt in de berekening meegenomen. Het transport van onze locatie naar de afnemer wordt volledig meegenomen als vrachtwagenvervoer. De stijging die wordt

waargenomen ligt voornamelijk aan groeiende vraag naar producten waarin knoflook verwerkt is, waardoor grondstofbehoefte naar knoflook stijgt. Knoflook komt voornamelijk uit China. Dit is een langere en meer complexe transportketen.

Door deze analyse van het goederenvervoer steeds meer in kaart te brengen, is ook duidelijk geworden dat dit een onderwerp is dat extra aandacht verdient. De stijgende cijfers die te zien zijn in **figuur 11** tonen de noodzaak aan. Mogelijke alternatieven worden dan ook geïnitieerd, zoals bijvoorbeeld treinvervoer in plaats van transport via zee.

Naast goederenvervoer hebben wij ook zakelijk vervoer. Dit omvat alle vormen van transport die worden ingezet voor het bedrijf, exclusief het goederenvervoer. Hieronder vallen bijvoorbeeld de uitstoot van leasewagens, bedrijfswagens en zakelijk transport (vlieg- of treinreizen). zie **figuur 12** hieronder.



BRON: MILIEUBAROMETER BRESO B.V. 28 JANUARI 2026

FIGUUR 12 CO₂-UITSTOOT ZAKELIJK VERKEER PER GEPRODUCEERDE KG

Duurzame logistiek is een belangrijk onderdeel van onze milieu-impact. In de toekomst willen wij gerichte maatregelen nemen om onze CO₂-uitstoot verder te reduceren. Daarbij ligt onze hoofdprioriteit op het inkopen van producten dicht bij huis, zodat transportafstanden structureel worden verkort. Daarnaast blijven we inzetten op het optimaliseren van transportroutes, het efficiënter beladen van vrachtwagens en het onderzoeken van duurzamere vervoersalternatieven. Door deze stappen te combineren, versterken wij zowel onze duurzaamheidsdoelen als de efficiëntie van onze bedrijfsvoering.



CONCLUSIES EN VERVOLGSTAPPEN



DE BESTAANDE INITIATIEVEN
BIEDEN EEN STEVIGE BASIS
VOOR EEN DUURZAME
STRATEGIE

6.1 CONCLUSIES EN VERVOLGSTAPPEN

Bresc is zich bewust van haar verantwoordelijkheid om zo duurzaam mogelijk te ondernemen. Wij stellen ambitieuze doelen om onze footprint zo klein mogelijk te laten zijn. Samen met onze stakeholders werken wij de komende jaren aan de realisatie van deze doelen.

Gedurende dit traject heeft Bresc een stevig fundament gelegd voor een goede duurzaamheidsstrategie. Hiermee is en blijven we koploper op het gebied van duurzaamheid in de voedingsmiddelenindustrie. Tijdens dit traject bleek onze

verwachting over duurzaamheid binnen Bresc juist. Duurzaamheid zit echt verweven in ons DNA. Wij hebben de afgelopen jaren al veel mooie stappen mogen maken.

De bestaande initiatieven bieden een stevige basis om de huidige strategie op voort te bouwen. De nieuwe strategie, in combinatie met de gebruikte datatools, bieden structuur met lange en korte termijndoelen, waaraan alle acties gekoppeld kunnen worden. Bresc maakt hiermee niet alleen haar ambities duidelijk, maar maakt deze nu ook concreet door een analyse van waar de organisatie nu staat en het opstellen en implementeren van een plan met concrete acties en stappen om de geformuleerde doelen en ambities te realiseren.

De komende jaren zullen in het teken staan van implementatie van de strategie: het verder verduurzamen van bedrijfsvoering en producten, het actief uitdragen van de duurzame missie, het betrekken van en samenwerken met partners om gezamenlijk maximaal circulair te gaan werken, het meten en bijhouden van resultaten en het communiceren van wat wel en niet werkt.



6.2 METEN EN STUREN

Om te kunnen sturen op impact, is inzicht vanuit data nodig. Nu onze doelen staan, is de volgende stap om het proces van regelmatig data verzamelen, analyseren, rapporteren en gebruiken om bij te sturen, te operationaliseren.

Wij vinden het belangrijk om duidelijke instructies op te stellen voor het meten en eigenaarschap hierover goed te borgen. Hiervoor gaat wij de volgende stappen zetten:

- 1 Per KPI dient het volgende bepaald te worden:
 - Verantwoordelijk persoon
 - Databron
 - Frequentie van rapporteren
- 2 Targets per jaar definiëren op specifieke indicatoren
- 3 Evalueren van tussentijdse resultaten
- 4 Acties hierop borgen
- 5 Data afzetten tegen het doel

6.3 BETROKKENHEID ORGANISATIE

De doelen op het gebied van duurzaamheid van Bresc zijn duidelijk. Echter, interne bewustwording en draagvlak onder de gehele organisatie zijn essentieel om de duurzame strategie en acties succesvol te laten zijn. Om intern draagvlak te creëren en te behouden zijn een aantal zaken van belang:

- 1 **Goede interne communicatie**, over concrete doelen, de strategie en hoe men hieraan kan bijdragen.
- 2 **Tone at the top** is hier heel belangrijk. Hoe gaat de directie ermee om? Welke keuzes worden er gemaakt? Wanneer de directie duurzame keuzes maakt (ook op privégebied) krijgen we de medewerkers eerder mee.
- 3 **Iemand verantwoordelijk maken** voor de gehele duurzaamheidsagenda. Deze medewerker is verantwoordelijk dat de doelen die gesteld zijn nagestreefd worden. Tevens dient deze medewerker de voortgang in kaart te brengen en periodiek met de directie te bespreken.
- 4 **Regelmatige communicatie** over de behaalde resultaten en voortgang van de gestelde doelen.



BIJ BRESC ZIJN WE GOEDE STAPPEN AAN HET ZETTEN
OM HET JUISTE TE DOEN EN ONZE MAATSCHAPPELIJKE
VERANTWOORDELIJKHEID EN IMPACT TE VERGROTEN.
OOK KLEINE STAPPEN KUNNEN UITEINDELIJK TOT EEN
GROTE IMPACT LEIDEN, AL IS DIE SOMS PAS OP LANGERE
TERMIJN ZICHTBAAR. VOLHARDEN, VASTHOUDEN,
EVALUEREN OF DE KOERS NOG DE JUISTE IS EN ZO NODIG
BIJSTUREN, ZAL LEIDEN TOT SUCCES.

Disclaimer duurzaamheidsbeleid

Dit duurzaamheidsbeleid weerspiegelt de intenties, ambities en doelstellingen van Bresc BV op het gebied van duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Hoewel wij ons inspannen om de hierin beschreven doelen en maatregelen zo nauwkeurig en volledig mogelijk te formuleren en na te streven, kunnen wij geen garanties geven over het behalen van specifieke resultaten of uitkomsten.

De inhoud van dit beleid is gebaseerd op de huidige inzichten, beschikbare informatie en geldende wet- en regelgeving op het moment van publicatie. Ontwikkelingen op het gebied van technologie, regelgeving en maatschappelijke verwachtingen

kunnen ertoe leiden dat wij dit beleid in de toekomst aanpassen of actualiseren.

Bresc BV aanvaardt geen aansprakelijkheid voor directe of indirecte schade die voortvloeit uit het gebruik van, of het vertrouwen op, de informatie in dit duurzaamheidsbeleid. Beslissingen die door derden worden genomen op basis van dit document zijn volledig voor eigen rekening en risico.

Dit beleid dient te worden beschouwd als een leidraad en niet als een juridisch bindend document, tenzij uitdrukkelijk anders vermeld.

BRESC

Jakobsstaf 6
4251 LW Werkendam
Nederland

Tel : +31 183 200 000
www.bresc.com
info@bresc.com

© 2026 Bresc