



DUURZAAMHEIDSVERSLAG

2024

BELTASTE 

Over dit rapport	04
Voorwoord	08
Onze geschiedenis	10
Beltaste in een notendop	14
Waardecreatie in de keten	22
Een duurzame strategie	24

INHOUDS- OPGAVE



Een verantwoord product 26

1. Naar een groene toekomst: duurzaamheid in foodservice	27
2. Vlees, vis, vegetarisch, vegan en halal	28
3. Kwalitatieve en duurzame grondstoffen	30
4. Productsamenstelling	31
5. Snacks en een gevarieerd voedingspatroon	32
6. Innovatie en continue verbetering	33
Enkele trends in de markt	
Onze producten in een nieuw jasje	

De mens centraal

34



1. Eén familie	36
2. We koesteren diversiteit	40
3. BELFIT voor een gezonde en aangename werkplek	42
4. Tevreden medewerkers maken tevreden klanten	43
5. Training en opleiding	45
6. Gezonde en veilige werkomgeving	46
7. Safety first	48



Reductie milieu-impact 52

1. Energie	54
2. Water	56
3. Reductie voedselverlies en afvalmanagement	56
4. Verpakking	58
5. Logistiek en bedrijfsvoertuigen	58

Good governance 60

60



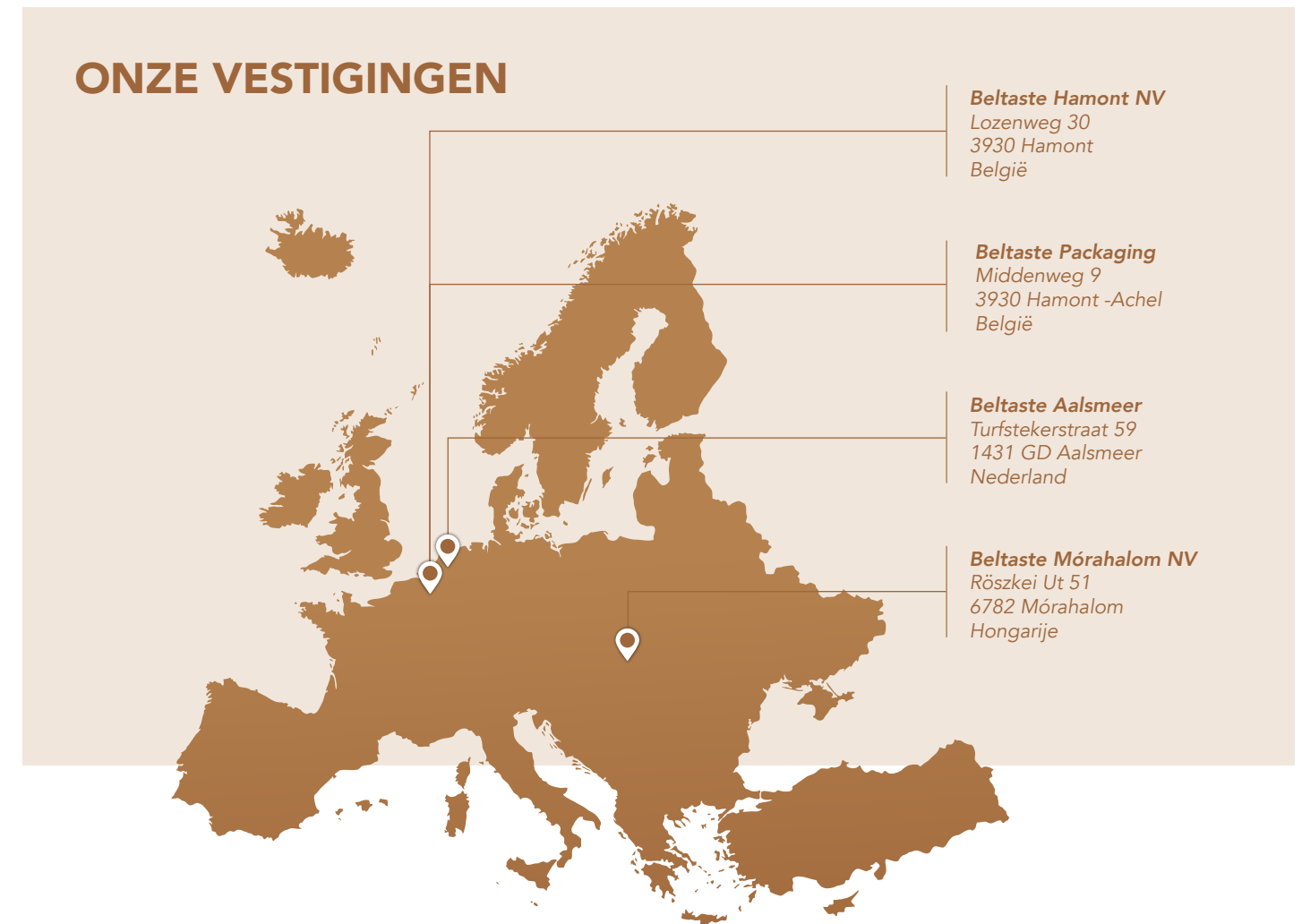
1. Voedselveiligheid en kwaliteit in elke stap van de keten	61
2. Naar 100% klantentevredenheid	62

GRI/ESRS content index 64

Beltaste is ontstaan uit het Belgische familiebedrijf Vanreusel Snacks dat zich sinds 1953 positioneert als toonaangevende speler in kwalitatieve diepgevroren vleessnacks voor de gehele foodservice industrie. Van eigen merken en private labels in de foodservice business tot Business Development in Retail, B2B en Halal.

OVER DIT RAPPORT

ONZE VESTIGINGEN



Beltaste Hamont NV
Lozenweg 30
3930 Hamont
België

Beltaste Packaging
Middenweg 9
3930 Hamont -Achel
België

Beltaste Aalsmeer
Turfstekerstraat 59
1431 GD Aalsmeer
Nederland

Beltaste Mórahalom NV
Röszkei Ut 51
6782 Mórahalom
Hongarije

Afbakening van het duurzaamheidsverslag

We beschikken over 4 productielocaties, namelijk Beltaste Hamont en Beltaste Packaging (beiden in Hamont, België), Beltaste Morahalom (Hongarije) en Beltaste Aalsmeer (Nederland). In België focussen we ons op diepgevroren kook - en braadproducten. In Hongarije produceren we aanprikproducten - zoals satés - en loempia-type producten. Beltaste Aalsmeer specialiseert zich in ambachtelijke croquetten en bitterballen.

We rapporteren over de voorbije jaren zijnde 2021 tot 2023. Vorige edities van het duurzaamheidsverslag zijn te raadplegen op www.beltaste.be

Bij het opstellen van dit duurzaamheidsverslag hanteren we sinds 2018 de standaarden van het **Global Reporting Initiative (GRI)**. Naast dit internationale referentiekader voor duurzaamheidsverslagen evalueren we ook hoe we kunnen bijdragen aan de **duurzame ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties (SDG)**.

Voortbouwend op deze expertise en ondersteund door onze consultant Slidingdoors, werd dit duurzaamheidsverslag 2024 tevens geïnspireerd op de **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** in het kader van Europa's **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, die vanaf boekjaar 2025 voor Beltaste van toepassing is. Wij zien dit als het begin van een gezamenlijke reis naar uitgebreidere en strengere rapportage in de komende jaren, als onderdeel van ons streven naar transparantie en waardecreatie voor al onze belanghebbenden.



*We create moments
of happiness for everyone!*

VOOR- WOORD

Visie

**WE CREATE MOMENTS OF
HAPPINESS FOR EVERYONE**



Missie

Beltaste is de n°1 partner in heerlijke en kwaliteitsvolle snacks voor al onze klanttypes uit de voedingsindustrie. Met onze blik gericht op de toekomst blijven we als 1 familie continu innovatief om onze klanten te blijven inspireren en blij te maken. Daarbij zal duurzaam produceren en ondernemen altijd deel uitmaken van wie we zijn. We willen een great place to work worden door alle leden van de Beltaste familie de mogelijkheid te geven zich te ontwikkelen. Dit door middel van persoonlijke ontwikkeling, samenwerking en kennis delen. We geloven dat investeren in onze medewerkers iedereen een betere toekomst zal bieden.

Met **'Build to Last 2024 – 2026'** presenteren we ons nieuwe Strategisch Masterplan, geïnitieerd door de heraanloop van het bedrijf door de familie Vanreusel. Ons doel is om verder te bouwen aan een duurzaam bedrijf via vier kernstrategieën, waarbij duurzaam ondernemen (ESG) een centrale rol speelt.

We richten ons hierbij op vier specifieke **kanalen** binnen België, Nederland en Hongarije, waarbij we voortdurend op zoek zijn naar de juiste strategische partners die ons hierin kunnen ondersteunen:

1. de **Foodservice** markt Benelux met horeca-exclusief als motto;
2. de **Halaal** markt, die potentieel de grootste groei zal vertonen;
3. **B2B** met industriële partners, onze grootste groeipoot de voorbije 2 jaar;
4. de traditionele **retail**, met een specifiek aanbod waarop wij succesvol kunnen inspelen.

Onze blik is gericht op de lange termijn. Zo ook in onze samenwerkingsverbanden op alle niveaus, van medewerkers tot klanten en leveranciers. Onze BelPROF waarden—passie, respect, open en eerlijk, familiaal – vormen het kompas.

Met onze grondstofleveranciers werken we aan een **verantwoord product** op basis van kwalitatieve ingrediënten volgens maatschappelijk aanvaarde nutritionele inzichten. Met onze klanten innoveren we op receptuur en productsamenstelling.

Onze **medewerkers** staan centraal in een veilige, gezonde en aangename werkomgeving. Safety first is het belangrijkste leidmotief.

We reduceren onze milieu-impact door voedselverspilling tegen te gaan, te investeren in zonne-energie, fysicochemische waterzuivering en maximale recuperatie van nevenstromen.

Door onze jarenlange ervaring en de implementatie van **'good governance'** als algemene strategie, garanderen wij producten van hoge kwaliteit, versheid en voedselveiligheid. Onze inspanningen zijn erkend met certificeringen zoals IFS Food Standard Higher Level, FSSC 22000, en Autocontrole.

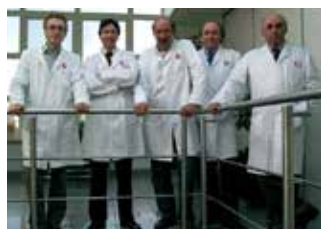
Dit duurzaamheidsverslag gaat op elk van deze engagementen dieper in en maakt meteen ook de balans op voor de toekomst. Een toekomst waarin we blijvend willen inspelen op de trends in de markt en de noden van onze klanten, inzetten op vakmanschap en kwaliteit, alsook het ontwikkelen van innovatieve concepten in een sterk partnerschap met klanten, leveranciers en collega's.

Davy De Vlieger, CEO

ONZE GESCHIEDENIS

1953

Paul Vanreusel start een handel in ambachtelijke slagerijproducten (hammen, pasteien en diverse worstsoorten in Leuven.



1976

De vier zonen van Paul Vanreusel nemen de fakkel over. Het bedrijf verhuist van Leuven naar Hamont (Belgisch Limburg) en focust zich op diepgevroren snacks zoals de frikandel, hamburger, cervela en gehaktbal.

1992

In Hamont wordt de productie van de saté en shaslick gestart.



2003

De product range breidt uit en het kookgedeelte wordt gerenoveerd in Hamont.

2007-2008

De productie in Mórahalom (Hongarije) wordt opgestart. De saté, shaslick, en crizly worden nu in Hongarije geproduceerd onder het toezien van het team in België.



2009

De derde generatie van de familie Vanreusel heeft samen met Theo Vanreusel (één van de zonen van Paul Vanreusel) de leiding over het bedrijf.



2010

De populaire frikandel XXL (nu beter bekend als De Romeo's Frikandel XXL) doet z'n intrede in het assortiment van Vanreusel.



2013-2014

De diepvries- en verpakingslijn en de koelunit krijgen een stevige update in Hamont.



A long tradition of craftmanship!



2015

In Mórahalom (Hongarije) worden nieuwe technologieën geïntroduceerd en nieuwe vries- en frituurlijnen geïnstalleerd.

2018

Publicatie eerste duurzaamheidsverslag Beltaste Hamont.

Instap Apeon Capital Partners.

APHEON



2016

De naam van de productielocatie in Hamont en Mórahalom verandert naar Beltaste Hamont NV en Beltaste Mórahalom NV.

2020

Met de overname van de Nederlandse croquettenfabriek Oma Bobs breidt Beltaste zijn gamma uit.



2022

Publicatie tweede duurzaamheidsverslag Beltaste Hamont, Mórahalom en Oma Bobs.



2023

Volledige rebranding van het merk Vanreusel



2024

- Vanreusel telgen stappen opnieuw volledig in het kapitaal – exit Apeon
- Opstart van het merk Primegrill in Hongarije



Als toonaangevende speler in kwalitatieve diepgevroren vleessnacks positioneert Beltaste zich als de uitgelezen partner voor de gehele foodservice industry. Bij Beltaste staan klanten altijd centraal, want ze zijn het kloppend hart van onze business. Al onze afdelingen dragen deze waarde hoog in het vaandel.

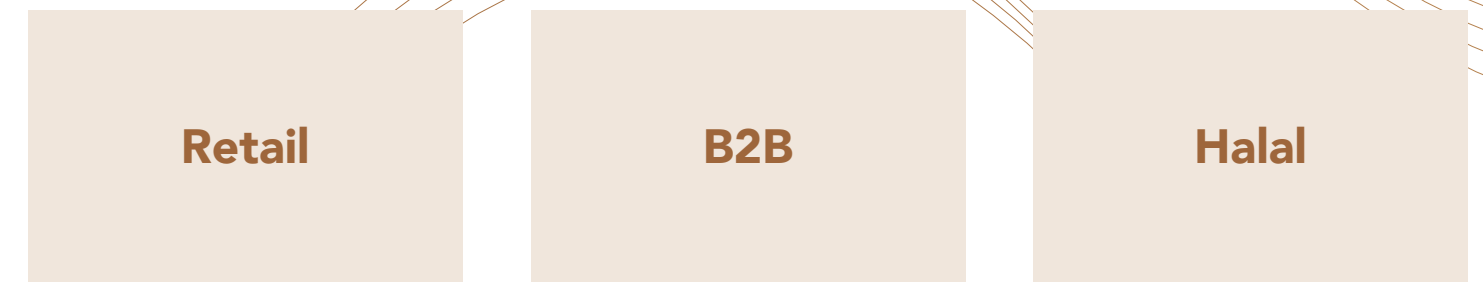
BELTASTE IN EEN NOTENDOP

FOODSERVICE



BUSINESS DEVELOPMENT

Ontdekken van nieuwe markten en inspelen op consumententrends:





Vanreusel

Het **Vanreusel** assortiment is exclusief verkrijgbaar voor de **horeca**. Wij reiken zoveel mogelijk middelen aan waarbij kwaliteitsvolle producten, sterke promotiematerialen en een fijn sales contact de basis vormen.

Het brede assortiment bevat alle bekende toppers, zoals de frikandellen, gehaktballen, cervela's en een heerlijk, gevarieerd aanbod aan hamburgers. Maar de snackmarkt is dynamisch. Daarom zetten we voortdurend in op innovatie en inspiratie. Met onze Classics, XXL, Mix, Veggie en Prohalal range ontwikkelen we exclusieve concepten.



Ons kwaliteitsassortiment is enkel verkrijgbaar voor de horeca. We ontwikkelen ook telkens sterke promotiematerialen en garanderen een fijn contact met salesmedewerkers.



Vanreusel staat al meer dan 65 jaar gekend als hecht familiaal bedrijf. Anno 2021 ligt onze focus op duurzaam produceren en ondernemen, met onze kwaliteit als grootste trots.



Vanreusel werd in 1953 opgericht in Leuven en verhuisde midden jaren 70 naar het Limburgse Hamont. Op-en-top Belgisch dus!



Lees meer via www.vanreusel.eu

Oma Bobs

Met de overname van de Nederlandse croquettenfabriek Oma Bobs breidt Beltaste haar merkportfolio uit. De vele soorten croquetten en bitterballen (van de standaard rundvleescroquet tot aan de Vegan bitterbal) worden, net zoals de snacks onder het merk Vanreusel, exclusief geproduceerd voor de horeca.

Voor de familie Vanreusel is de overname een belangrijke volgende stap in haar groeistrategie en ambitie om zich ook in Nederland verder te ontwikkelen. Beltaste wil Oma Bobs laten uitgroeien tot de grootste ambachtelijke fabrikant van croquetten in Nederland, zonder in te boeten op de kwaliteit waarvoor Oma Bobs al vanaf het begin bekend is.



Met de liefde van Oma Bobs

De koks van Oma Bobs dragen **ambachtelijkheid** hoog in het vaandel. De croquetten en bitterballen worden nog steeds ontwikkeld en bereid zoals **oma Bob**, de **oma van oprichter Jurgen Ottenhoff** dat vroeger ook deed. Voor de snacks van Oma Bobs worden altijd de beste verse ingrediënten gebruikt. Of het nu gaat om het vlees, de kruiden of groenten waarmee wij de heerlijke bouillon trekken voor het maken van de ragout van onze croquetten en bitterballen. Dat zit gewoon verankerd in ons DNA. De kruidenbuil is vandaag de dag natuurlijk alleen wat groter dan de kruidenbuil zoals Oma Bob die vroeger voor haar zondagse garnalencroquetten gebruikte. Door het brede assortiment snacks stellen we nu ook meer verschillende soorten kruidenbuilen samen. Maar dankzij de traditionele bereiding met de liefde van Oma Bobs blijft u er zeker van dat u uw klanten alleen het beste serveert: met de snacks van Oma Bobs verwent u met recht uw gasten met smaak.



Lees meer via www.omabobs.nl



PRIVATE LABEL

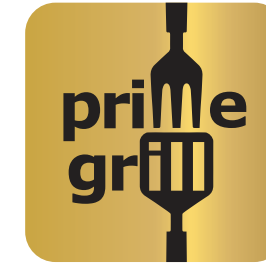


Voor retail business en foodservice

U wilt toegevoegde waarde retail producten onder uw eigen label aanbieden? Kies dan zeker voor Beltaste. Wij zorgen voor het perfecte product dat aan al uw wensen voldoet.

Halffabricaten voor B2B

Bent u als producent op zoek naar toegevoegde waarde producten die uw assortiment meerwaarde kunnen geven dan staan wij u graag te woord met raad en daad om ook zo het beste producten voor uw toepassingen of op maat aan te bieden.



Primegrill

Specifiek in Hongarije hebben we met ons merk Primegrill een sterke lokale verbinding gecreëerd. We benutten onze bestaande productiefaciliteiten om niet alleen te voldoen aan de behoeften van de Belgische en Nederlandse markten, maar ook om unieke producten te ontwikkelen die aansluiten bij de voorkeuren van de Hongaarse consument en die van omliggende landen. Deze aanpak stelt ons in staat om onze productieprocessen efficiënter te maken en tegelijkertijd de lokale economie te ondersteunen door gebruik te maken van plaatselijke technologieën en ingrediënten, wat bijdraagt aan de duurzaamheid van onze bedrijfsvoering.



Lees meer via www.primegrill.hu

KERN CIJFERS



Opgericht in
1953



**Actief in
Nederland**
sinds 2020

(via Oma Bobs overname)



Eigen
productlocatie
in Hongarije
sinds 2008



**Uitgebreid
R&D team**
voor product-
ontwikkeling
en innovatie

FEITEN & CIJFERS BELTASTE



Jaaromzet
bijna €100 M



425
medewerkers



+/- 30.000
ton per jaar



IFS - higher level
gecertificeerd

QA kwaliteitscontrole
en **R&D** research &
development



FFCC
22.000

De vier bedrijven binnen de Beltaste groep hebben elk hun specialiteit en business strategie. Beltaste Morahalom focust op operational excellence, terwijl Beltaste Aalsmeer het hart van de klant wint door uitmuntende producten (product leadership). Beltaste Hamont (2 sites) combineert efficiëntie (operational excellence) en product leadership om competitief te blijven in de markt.

WAARDE-CREATIE IN DE KETEN



Inkomende goederen

Beltaste werkt enkel met leveranciers die in het bezit zijn van een volgens GFSI goedgekeurd certificaat. Zo kunnen wij garanderen dat de grondstoffen die wij aankopen worden gecontroleerd volgens dezelfde normen die wij ook elke dag naleven. De producten worden door ons deskundig opgeleid personeel gecontroleerd, vooraleer deze worden aanvaard en gestockeerd onder de juiste omstandigheden.



Koude bereiding

Met de goedgekeurde grondstoffen gaan we aan de slag om op basis van verschillende recepten en kruiden- en specerijmengelingen, de degen of ragouts te maken. Daar dit proces computergestuurd wordt, garanderen wij steeds eenzelfde temperatuur en mengtijd, om zo een constant eindproduct te bekomen. Gaat er toch iets fout, grijpt er steeds één van onze bekwame personeelsleden in.



Koken, stomen, frituren en roken

Met een uitgebreid en gevarieerd machinepark kunnen wij een variatie aan vormen, gewichten en structuren bekomen. De producten worden allen verhit tot een min. kern van 72°C, om een voedselveilig product te garanderen. Onze operatoren krijgen jaarlijks een oprisingscursus over hoe een voedselveilig product te maken (HACCP).



Diepvies/Gekoeld

De meeste producten worden IQF ingevoren. IQF staat voor Individually Quick Frozen, oftewel individueel, snel ingevoren. Door het snel en individueel invriezen van de producten zijn de gevormde ijskristallen kleiner en komt dit de kwaliteit ten goede.



Verpakken

Onze producten worden handmatig verpakt. Je kan geen betere kwaliteitscontrole hebben dan dit! Producten kunnen worden verpakt in Amerikaanse vouwdozen, sprinterdozen, bulkverpakkingen, vacuüm, afzakken, allen vanzelfsprekend voedingsgeschikt verpakkingsmateriaal. Producten zijn ofwel rechtstreeks in lijn diepgevroren of worden gekoeld ingepakt, om daarna aan -30°C te overnachten om aldus een kerntemperatuur te behalen van -18°C.



Opslag

Alle verpakkingen zijn gecodeerd en krijgen een plaats toegewezen in ons opslagmagazijn. Via ons traceringsysteem weten wij ten alle tijde waar de producten staan en welke grondstoffen erin werden verwerkt. De koude keten wordt in dit proces continu gecontroleerd, zowel door manuele controles als door een online alarmsysteem.



Verzending

Nadat ons Customer Service team de bestelling heeft aangenomen en ingegeven in het systeem worden de orders klaar gemaakt voor verzending. Wij beschikken over een eigen vloot vrachtwagens waar de bestellingen zodanig worden over verdeeld dat er een maximum aan dozen worden uitgeleverd met een minimum aan gereden kilometers. Is de afstand in combinatie met de hoeveelheid te leveren goederen niet te verantwoord doen wij beroep op extern transport die deze samen kunnen vervoeren met andere gelijkaardige producten.

“De bedrijfsleiding van Beltaste engageert zich voor de beheersing, borging en verbetering van haar kwaliteits-, hygiëne en voedselveiligheid, milieuprestaties en veiligheid en welzijn op het werk. Dit engagement is neergeschreven in onze beleidsverklaring kwaliteit, veiligheid en milieu. We geloven dat dit engagement zal resulteren in kwalitatief betere en hygiënischer producten, meer aansluiting bij klantverwachtingen en een veiligere en prettigere werkomgeving die leidt tot tevreden en gemotiveerde medewerkers.”

Davy De Vlieger, CEO

EEN DUURZAME STRATEGIE:

1 Een verantwoord product

Met onze grondstofleveranciers werken we aan een partnerschap op lange termijn en constant hoge productkwaliteit. Met onze klanten innoveren we op receptuur en productsamenstelling.

Als hoogwaardige toepassing van mechanisch ontbeend kippenvlees dragen we ons steentje bij in het terugdringen van **voedselverlies**. Aangepaste **recepturen**, oog voor **dierwelzijn**, **ethische zakenrelaties** maken uw snack een verantwoorde snack.



➤ Lees meer op p. 26

2 De mens centraal

Beltaste kan rekenen op de enthousiaste inzet van een **gedreven** en **deskundig team**. Beltaste wil waardigheid en gelijkheid garanderen voor alle medewerkers en partners, zowel in **kansen**, **opleidingen** als **veilige en gezonde arbeidsomstandigheden**.



➤ Lees meer op p. 34

3 Reduceren milieu-impact

Beltaste is een **duurzaam en winstgevend bedrijf**. Wij streven ernaar om onze operationele efficiëntie te verbeteren en onze **ecologische voetafdruk** te verkleinen. Grondstoffen, energie en water duurzaam beheren en efficiënt gebruiken is een must. Verder willen we voedselverspilling indijken en minder afval produceren.



➤ Lees meer op p. 52

4 Good governance

Dankzij onze jarenlange **ervaring** garanderen wij niet alleen de hoge kwaliteit die u zoekt, maar ook de **versheid en voedselveiligheid** van ons product. Samen staan wij elke dag klaar om de best mogelijke service te bieden.

We zorgen ervoor dat onze producten in alle stadia van de productie, verwerking en distributie voldoen aan de (wettelijke) voorschriften inzake voedselveiligheid (onopzettelijke besmettingen), food defense (controle en beveiliging tegen opzettelijke besmettingen), voedsel fraude (zwendel), kwaliteit en traceerbaarheid. Dit werd bekroond door het behalen van de **IFS Food Standard Higher Level, FSSC 22000** en **Autocontrole**.



➤ Lees meer op p. 60

EEN VERANT- WOORD PRODUCT



Het snacklandschap is aan het veranderen. Dit alles leidt tot een behoefte aan unieke producten en concepten. Met een dynamische, jeugdige invalshoek en een vernieuwende presentatie beantwoorden we aan de evoluerende voorkeuren en consumptiepatronen van de nieuwe generaties. We staan aan de vooravond van een nieuw tijdperk in snackinnovatie. Maar onze toewijding aan kwaliteit blijft onveranderd.

Kerncijfers



5 Veggie (vleesloze) snacks



7 vegan bitterballen en croquetten



100% RSPO palmolie

Hiervoor:

- verduurzamen we onze producten met **gecertificeerde grondstoffen** Beter Leven, Halal, palmolie (RSPO) en FSC-karton
- ontwikkelen we exclusieve concepten voor specifieke wensen (Veggie, ProHalal)

1. Naar een groene toekomst: duurzaamheid in foodservice

Recent onderzoek van Foodservice Alliance onthulde dat een overweldigende 74% van de ondernemers, chefs en managers in foodservice duurzaamheid als een cruciaal aspect van hun bedrijfsvoering beschouwt. Deze trend markeert een belangrijke verschuiving in de sector waarbij de roep om verantwoordelijkheid en zorg voor onze planeet steeds luider klinkt.

Interessant genoeg blijkt uit hetzelfde onderzoek dat horecaondernemers duurzaamheid minder prioriteit geven in vergelijking met cateringdiensten in werkomgevingen, onderwijs en de zorgsector. Een mogelijke verklaring hiervoor is het ontbreken van direct zichtbaar voordeel, zowel financieel als in waardering van klanten. Er heerst een perceptie dat gasten duurzaamheid minder belangrijk vinden bij het kiezen van hun menu, met slechts 41% van de horecaondernemers die geloven dat dit een rol speelt voor hun gasten.

Deze bevindingen stellen dat ondanks het groeiend bewustzijn over duurzaamheid en klimaatverandering, veel ondernemers momenteel meer bezorgd zijn over hoge operationele kosten en dat duurzame keuzes vaak onderaan hun prioriteitenlijst staan.

Desondanks, met een gemiddelde van 13,3% van de omzet uit vegetarische gerechten in de foodservice, en zelfs 20% in het conveniencekanaal, is er een duidelijke trend zichtbaar. Het aandeel veganistische opties is aanzienlijk lager, maar toont nog steeds een belangrijke aanwezigheid met 4,8% van de horecaomzet en 10,7% in de convenience sector.

“De weg naar duurzaamheid in de foodservice sector is geen gemakkelijke, maar het potentieel voor positieve verandering is enorm. Door het menu aan te passen met duurzamere keuzes, zoals vegetarische en veganistische opties, kunnen onze klanten niet alleen een nieuwe markt aanboren en inspelen op nieuwe trends, maar ook hun maatschappelijke voetafdruk verkleinen. Dit zal op lange termijn niet alleen leiden tot financiële voordelen, maar ook tot een sterkere band met consumenten die waarde hechten aan bedrijven die bijdragen aan een betere wereld.”

Peter Maenhout, CCO

Laten we dus de uitdaging aangaan en een leidende rol nemen in de transitie naar een duurzamere toekomst. Het is tijd om onze menu's niet alleen te zien als een lijst van gerechten, maar als een manifest voor een gezondere planeet en een welvarender bedrijf.

2. Vlees, vis, vegetarisch, vegan en halal

Ons assortiment omvat vijf duidelijke product-categorieën:



Ons brede assortiment bevat alle bekende toppers, zoals de frikandellen, gehaktballen, cervela's en een heerlijk, gevarieerd aanbod aan hamburgers. Daarnaast specialiseert Oma Bobs zich in croquetten en bitterballen. Maar de snackmarkt is dynamisch. Daarom zetten we voortdurend in op innovatie en inspiratie.

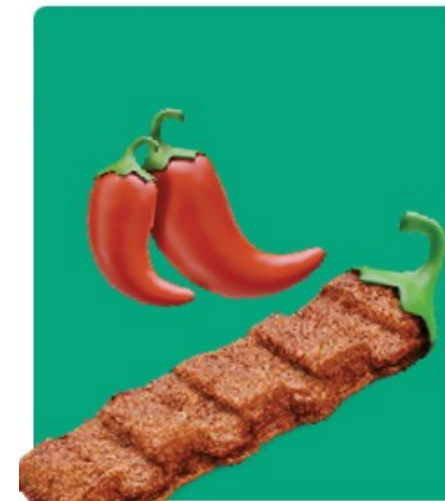
Met onze Veggies (vleesloze snacks) en ProHalal range ontwikkelen we exclusieve concepten voor specifieke wensen. En ook Oma Bobs biedt diverse vegetarische en veganistische snacks aan.



XXL

Veggie

De Veggie range omvat vijf heerlijke vegetarische snacks, speciaal ontwikkeld voor alle veggie lovers. Zowel een heerlijke kaaskroket en mimi loempia's zitten in het assortiment, naast de vleesloze Belcanto en hamburger op basis van tarwe en de vleesloze frikandel met tarwe en soja.



VEGGIE



B2B range

Onze B2B range biedt oplossingen op maat aan. Zo ontwikkelden we een loodrechte frikandel voor een efficiëntere verwerking in worstenbroodjes.



MIX



ProHalal

Onze ProHalal range omvat intussen negen heerlijke halal snacks, geproduceerd volgens een gecertificeerde halalprocedure. Deze range komt perfect tegemoet aan de multiculturele samenleving van vandaag.

3. Kwalitatieve en duurzame grondstoffen

Een constante kwaliteit start met de juiste ingrediënten. We selecteren onze grondstoffen op basis van vertrouwen, faire relaties en lange termijn partnerschap. Beltaste koopt haar grondstoffen in bij gecertificeerde, voornamelijk Europese toeleveranciers. Alle grondstoffen worden tijdens het transport en voorafgaand aan de verdere verwerking onder de juiste condities opgeslagen. Alle grondstoffen dienen vergezeld te zijn van productspecificaties, non GMO-verklaring, kwaliteitscertificaten (IFS, BRC of FSSC 22000) en analyseverslagen. De leverancier moet ook volledige traceerbaarheid garanderen.

Alle leveranciers worden permanent beoordeeld op kwaliteit, leverbetrouwbaarheid en algemene samenwerking. Het einddoel is immers een **partnerschap op lange termijn** en **constante productkwaliteit**.

Op basis van deze beoordeling, delen we de leveranciers op in vier categorieën:

- A** A-leveranciers voldoen geheel aan onze verwachtingen
- B C** Met B-en C-leveranciers starten we een verbetertraject op
- D** In geval van een D-resultaat wordt er een audit bij de leverancier uitgevoerd. Als er dan nog geen verbetering komt, wordt de samenwerking stopgezet.

Beltaste streeft ernaar om de hoogste standaarden van bedrijfsethiek na te leven en vraagt een gelijkaardige toewijding van haar zakelijke partners. Ons ethisch inkoopbeleid specificeert onze verwachtingen.

4. Productsamenstelling

Het hoofdbestanddeel van onze klassieke producten is mechanisch ontbeend kippenvlees. Na het verwijderen van de filet, billen en vleugel wordt het karkas waar nog veel vlees aan zit niet weggegooid, de resterende vleesstukjes worden via mechanische druk van het bot verwijderd. Dit noemt men separatorvlees of mechanisch ontbeend kippenvlees. **Circulaire economie avant-la-lettre**. Deze en andere vleesdelen worden dan gemengd met water, paneermeel en recept specifieke kruidenmixen.



Naast kip bevat ons assortiment ook producten op basis van rund, kalf, kalkoen, vis of garnalen.

In de Veggie wordt het separatorvlees vervangen door 5 a 10% tarwe- of soja-eiwit. Voor het overige bestaan deze recepten uit water, groenten (ui), vet, kruiden en functionele additieven.



Beter Leven Kip/Varken *



Het Beter Leven keurmerk is een label voor dierenwelzijn met 1, 2 of 3 sterren dat op verpakkingen van vlees, kip, eieren en tal van samengestelde producten te vinden is. Hoe meer sterren, hoe beter het leven van de dieren is geweest. Het Beter Leven keurmerk is van de Dierenbescherming, die het label door onafhankelijke certificerende instellingen laat borgen. Een deel van onze grondstoffen (kip en varkensvlees) dragen het Beter Leven keurmerk 1 ster. We hebben de ambitie om dit, in samenspraak met onze klanten te laten groeien.

Duurzame palmolie en soja

Om de duurzame teelt van palmolie en soja te garanderen, ondersteunen we RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) en RTRS (Roundtable on Responsible Soy). Beide organisaties ontwikkelden wereldwijde normen en een certificeringssysteem voor de verantwoorde productie, verwerking en handel van palmolie en soja. De aangekochte palmolie is 100% RSPO. Wat soja betreft, vragen we onze leveranciers of hun grondstoffen, die soja bevatten, RTRS gecertificeerd zijn.



5. Snacks en een gevarieerd voedingspatroon

Snacks passen binnen een gevarieerd voedingspatroon met een goede balans.

Wij nemen alvast onze verantwoordelijkheid door:

- geen genetische gemodificeerde, noch bestraalde grondstoffen te gebruiken;
- geen synthetische kleurstoffen te gebruiken;
- te innoveren met clean label producten: zonder kunstmatige geur-, kleur- en smaakstoffen;
- het zout- en vetgehalte in onze recepten te verlagen;
- te innoveren met vleesvervangers (tarwe en soja) of alternatieve vetten (koolzaad)
- het vezelgehalte te verhogen;
- de Nutriscore te verbeteren.

We vervangen gradueel palmolie door koolzaadolie. Van alle plantaardige oliën, heeft koolzaadolie de laagste hoeveelheid verzadigde vetzuren. Koolzaadolie bevat antioxidanten, die de strijd aan kunnen gaan tegen de zogenaamde vrije radicalen, is rijk aan onverzadigde vetzuren en bevat Vitamine K en Vitamine E. Tenslotte is ook de milieu-impact van koolzaad beter, gezien deze vaak vanuit Europa komt in tegenstelling tot palmolie.

Onze producten worden vergezeld van bakvoorschriften voor een optimale smaak en kwaliteit.

Testen met alternatieve bakmethodes als heteluchtoven en airfryer maken onze producten ook klaar voor de toekomst. Op dit moment is ruim 90% van onze producten geschikt voor deze alternatieve en gezondere bakmethodes.

6. Innovatie en continue verbetering

Enkele trends in de markt

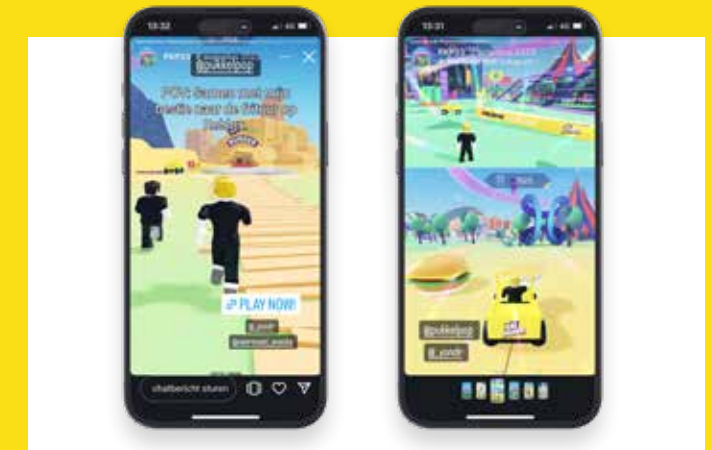
Consumenten zijn minder merktrouw en dit leidt tot een toenemende vraag naar huismerken, mede door groothandelaren die lage prijzen zoeken om algemene prijsstijgingen te compenseren. Millennials, bestempeld als de 'grazende generatie', vervangen grote maaltijden door vaker op de dag te snacken. Met een voorkeur voor vier of meer snackmomenten per dag, overschrijdt deze generatie traditionele eetpatronen. Ook de smaakvoorkeur evolueert. Consumenten hunkeren naar intense smaken en meer pikant voedsel, waardoor de consumptie van pittige snacks sinds 2017 is verdubbeld. In de burgermarkt is een trend van 'upcycling' waarneembaar. Het gaat niet enkel meer om de burger zelf, maar ook om de bijbehorende sauzen en toppings. Creativiteit viert hoogtij met burgers die zowel visueel aantrekkelijk zijn als aanpasbaar voor dieetvoorkeuren zoals plantaardig of glutenvrij.

Millennials, bestempeld als de 'grazende generatie', vervangen grote maaltijden door vaker op de dag te snacken.

Onze producten in een nieuw jasje

Voorheen lag onze focus voornamelijk op zakelijke klanten, zoals frituurhouders, maar tegenwoordig richten we ons ook op de eindconsument en wat zij verwachten van hun favoriete snacks. Consumenten kiezen vaker voor unieke producten en concepten die aansluiten bij hun persoonlijke waarden en levensstijl.

Onze producten werden in een nieuw jasje gestoken met een aantrekkelijke visuele identiteit en levendige kleuren.



Daarnaast zetten we in op vernieuwende producten en marketingstrategieën. We gaan volop voor de merkbeleving, via radiospots, social media (instagram, facebook, snapchat, tiktok, LinkedIn), maar ook een duik in de virtuele realiteit (VR). VR kan een meeslepende ervaring bieden die bijzonder aantrekkelijk is voor jongeren, waardoor het een essentieel onderdeel wordt van de strategie om deze belangrijke consumentengroep te bereiken en te behouden. Op Pukkelpop bv. konden de festivalgangers hamburgers maken in een XXL Hamburgerkraam of het festival rondtoeren in een XXL Frikandel wagen.

EVEN GROOT ALS UW EGO



DE MENS CENTRAAL



Kerncijfers



België (Hamont)



285
medewerkers



20
nationaliteiten



60% mannen
40% vrouwen

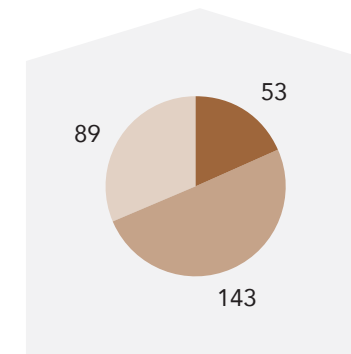


100%
arbeidscontract onbepaalde duur



81%
voltijds

aantal
personen per
leeftijdsklasse



Hongarije (Mórahalom)

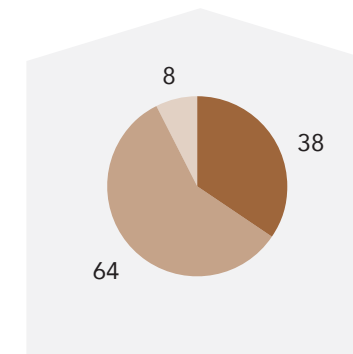
110
medewerkers

2
nationaliteiten

38% mannen
62% vrouwen

100%
arbeidscontract onbepaalde duur

97%
voltijds



Nederland (Aalsmeer)

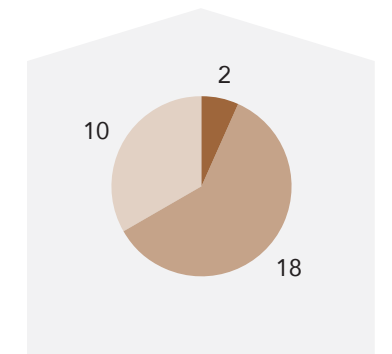
30
medewerkers

2
nationaliteiten

73% mannen
27% vrouwen

87%
arbeidscontract onbepaalde duur

77%
voltijds



● < 30 jaar ● tussen 30 en 50 jaar ● > 50 jaar

Hiervoor:

- versterken we de beleving van de **BelPROF-waarden**
- zetten we in op **diversiteit en inclusie** binnen de organisatie
- voeren we tweejaarlijks een **medewerkers-enquête** uit met hieraan gekoppelde acties over de hele groep
- **communiceren** we naar onze medewerkers (trimestriële infomeeting, spreekuur, bijzondere momenten,...) en **delen we successen**
- werken we een **opleidingsbeleid** uit
- bewaken we de **safety first** cultuur, gedragen door management
- halveren we het aantal **arbeidsongevallen** tegen 2024
- werken we structureel samen met **Make-A-Wish® België en Nederland**
- behouden we ons engagement voor **goede doelen**

1. Eén familie

Beltaste is een familiebedrijf waar veel waarde wordt gehecht aan familie en familieleden. Er wordt voor gezorgd dat elke medewerker zich thuis voelt en we creëren een warme werksfeer in het bedrijf. De bedrijfscultuur maakt dat iedereen persoonlijk aanspreekbaar is en openstaat voor opbouwende opmerkingen en suggesties die Beltaste beter kunnen maken.

Beltaste heeft oog voor haar medewerkers door flexibel te zijn op individueel niveau en actief mee te zoeken naar oplossingen. Voorbeelden hiervan zijn:

- Glijdende werktijden: flexibel begin- en einduur
- Geen beperking tijdscrediet (ondanks 5%-regel). Ook de vorm (1/5, 1/2, ...) is altijd bespreekbaar
- Permanente invoering occasioneel telewerk
- Meer flexibiliteit door de invoering van de 40 uren week (6 extra verlofdagen)

“Beltaste hecht veel belang aan de aandacht en erkenning van medewerkers. Jaarlijks worden er heel wat leuke initiatieven genomen voor het personeel. Zo komt elke zomer de ijskar langs en werd er ook al eens een diversiteitsdag georganiseerd waarbij de medewerkers gerechten vanuit hun cultuur en nationaliteit konden delen met elkaar.”

Johan Bloemen, teamleader productie



“Onze medewerkers zijn de beste ambassadeurs voor ons product. Daarom organiseren we bij nieuwe productlanceringen proefmomenten op de verschillende sites. Passie voor de job gaat immers hand in hand met passie voor het product”

Sofie Houtman, HR officer

“Wist je dat elke medewerkers op aanvraag 10 dozen snacks kan doneren aan een goed doel naar keuze. Of het nu de lokale jeugd- of sportvereniging, een school of ander goed doel is, we zijn fier op onze producten en onze medewerkers als ambassadeur”

Lise Jaeken, junior HR officer

Onze BelPROF waarden



Passie

Gepassioneerd projectteam

Plezier, enthousiasme en gezonde ambitie staan centraal



Open en eerlijk

Met open geest en in alle eerlijkheid

We staan open voor verandering en zijn oplossingsgericht, proactief en professioneel



Respect

Samen respectvol op pad

Met een positieve houding dragen we bij tot een constructieve, respectvolle samenwerking



Familiaal

In een familiale sfeer helpen we mekaar

Samen gaan we ervoor: we helpen en geven kansen in een warme mensgerichte sfeer

“Bij speciale gelegenheden zetten we de medewerkers in de bloemetjes, zoals bij een verjaardag, geboorte van een kindje, werkjubileum. Maar ook bij een overlijden staan we stil en proberen we een hart onder de riem te steken en ons medeleven te betuigen met een bloemetje.”

Lore Vervloet, HR manager



“De Belprofwaarden komen elk jaar ter sprake bij de evaluaties. Ook tijdens de trimestriële infomeetings worden deze besproken. Vaak worden moeilijke beslissingen genomen met deze waarden in het achterhoofd zoals bijvoorbeeld goedkeuring van afwezigheden. Alle 4 deze waarden zijn belangrijk tijdens de samenwerking. Passie, gedrevenheid en je voor 100% inzetten. Respect voor je collega's, materiaal en de faciliteiten is ook erg belangrijk. Open staan voor feedback en meehelpen bij 'continuous improvement' is iets wat elke medewerker in zich moet hebben. Het teambelang boven het individueel belang plaatsen en zo samen groeien.”

Tom De Graaf, hoofd productie en cutterhal

Structurele steun aan Make-A-Wish®

Make-A-Wish® is een vrijwilligersorganisatie die de hartenwens vervult van kinderen tussen 3 en 18 jaar die aan een levensbedreigende ziekte lijden. Het doel is om deze kinderen en hun familie een droommoment te laten beleven, waardoor ze hoop, sterkte en vreugde ervaren, om de strijd tegen hun ziekte verder aan te gaan. Sinds maart 2017 steunt Vanreusel Make-A-Wish met de Frikandel XXL. Hoe meer stuks er van de extra grote frikandel verkocht werden, hoe groter de jaarlijkse donatie! Deze samenwerking werd recent omgezet in een structureel partnerschap. De ondersteuning bestaat overigens niet alleen uit een donatie, maar Vanreusel helpt Make-A-Wish ook haar naamsbekendheid te vergroten. Hiervoor zijn de consumentenbakjes waarin deze grote frikandel wordt geserveerd voorzien van een Make-A-Wish uitstraling.

“Voor ieder kind met een ernstige, soms levensbedreigende ziekte wil Make-A-Wish Nederland een Wish Journey verzorgen, een op maat uitgewerkt traject waarin we de liefste wens van het kind vervullen. Het draait om positieve emoties, misschien wel het belangrijkste ‘medicijn’: verzinnen, verheugen, beleven, (na-) genieten. Kind zijn. Weer genieten. Hoe dankbaar en mooi dat we gedragen worden door zoveel vrijwilligers en prachtige partners als Vanreusel. Met hun snacks maken ze kinderen vaak voor even heel blij, met hun gulle bijdrages aan ons vullen ze niet alleen de maag, maar ook het hart.”

Hanneke Verburg, Algemeen directeur
Make-A-Wish Nederland



9

PURPOSE DRIVEN

VANREUSEL STEUNT Make-A-Wish NEDERLAND

Bestel een **FRIKANDEL XXL***
...en help nog meer kinderwensen uitkomen!

FRIKANDEL XXL

“We create moments of happiness for everyone.”

“Wij geloven in de helende kracht van een wens! Als een kind zijn hartenwens in vervulling ziet gaan, dan kan hij ook geloven dat hij beter wordt. Dit kunnen we natuurlijk niet alleen realiseren, zonder de steun van alle mensen die onze vrijwilligersorganisatie een warm hart toedragen. Wij zijn dan ook enorm dankbaar en vereerd voor het mooie en warme partnerschap met Vanreusel!”

Hilde Vanderstichele, Algemeen Coördinator
Make-A-Wish Belgium - Vlaanderen

vanreusel

daar snack je naar!

2. We koesteren diversiteit

We trekken medewerkers aan op basis van hun 'fit' met het bedrijf. Karakter en werkspirit zijn belangrijker dan de ervaring op het CV. Voor onze anderstalige collega's worden gratis Nederlandse taallessen op de werkvloer georganiseerd en zorgen we ook voor Engelstalige communicatie. Voor teamleaders en verantwoordelijken voorzien we een bijscholing Engels.

Discriminatie, schending van de mensenrechten en uitsluiten van minderheidsgroepen zijn bij ons uit den boze. Alle groepen en lagen van de maatschappij krijgen een eerlijke kans om te integreren, zowel bij Beltaste zelf als bij onze toeleveranciers. Daarom worden interim medewerkers ook op dezelfde manier behandeld als onze vaste medewerkers.

We koesteren onze diverse medewerkers. En helpen waar het kan: van aanbevelingsbrieven om een woning te zoeken en juridische bijstand tot het voorzien van aangepaste huisvesting.



“We helpen buitenlandse medewerkers bij het integreren door Nederlandse lessen aan te bieden en opleidingen te voorzien in meerdere talen. We ondersteunen hen zelfs bij het vinden van een woonst indien zij hierbij problemen ondervinden omwille van de taal. Dit toont aan dat we bij Beltaste geven om ons medewerkers en iedereen willen helpen indien het kan.”

Stefan Crijns, teamleader cutterhal

“Beltaste onderscheidt zich op het vlak van diversiteit en inclusie. Ook medewerkers die geen Nederlands spreken, krijgen bij ons een kans. Dit biedt hen de mogelijkheid om al een job te kunnen uitoefenen voordat ze Nederlands kunnen spreken.”

Michiel Timmers, senior expeditie



We want to ensure dignity and equality for our workers!

3. BELFIT voor een gezonde en aangename werkplek

Beltaste wil via BELFIT op een leuke manier het welzijn en de gezondheid van haar medewerkers verhogen. Zo hopen wij tevreden, gemotiveerde en enthousiaste medewerkers te werk te stellen met een gezonde geest in een gezond lichaam. Binnen BELFIT leggen we de focus op 3 specifieke domeinen:

- **Voeding**, bv. 2x/week wordt fruit ter beschikking gesteld
- **Beweging**, bv. een wandeling in kleine groepjes
- **'Fit in je hoofd'**, bv. een online quiz met het hele gezin

“Erg knap om elk jaar een variërend Belfitprogramma samen te stellen voor de collega's. Dit geeft de gelegenheid om in een andere sfeer met collega's om te gaan en mekaar beter te leren kennen. Zeker toppers zoals de bingo mogen een vast onderdeel uitmaken van het jaarlijkse programma.”

Johan Bloemen, teamleader productie

“Belfit is een leuk initiatief dat des te belangrijk is als je rekening houdt met de vele nationaliteiten in ons bedrijf. Op deze manier leren collega's mekaar beter kennen en kunnen onze vele buitenlandse collega's hun sociaal netwerk opbouwen wat uiteindelijk ook bijdraagt aan hun levenskwaliteit.”

Lore Vervloet, HR manager

Met meer dan 40 collega's op de fiets dankzij het Beltaste Fietsplan

Om onze Belgische medewerkers aan te moedigen om met de fiets naar het werk te komen, werd in 2019 het Beltaste fietsplan in het leven geroepen. De mogelijkheid om een fiets naar keuze voor het woon-werkverkeer te leasen, inclusief verzekering, onderhoud en pechbijstand, geldt voor alle medewerkers van Beltaste. De leasing wordt afgesloten voor een periode van 3 jaar, in ruil voor een deel van het brutoloon. Beltaste medewerkers die met de fiets komen kunnen blijven genieten van een fietsvergoeding (0,35 €/km). Reeds meer dan 40 medewerkers maakten gebruik van dit voordeel: een win voor het milieu, hun gezondheid én hun portemonnee. 2024 staat overigens in het teken van de fiets. We willen zoveel mogelijk collega's op de fiets krijgen en werken hiervoor met spaarkaarten en leuke gadgets.

Diversiteitsdag viel in de smaak

Tijdens de internationale dag van diversiteit hebben we een ontspannen bijeenkomst gehouden waarbij iedereen de kans kreeg om meer over elkaar te leren door middel van traditionele gerechten. We nodigden onze collega's uit om een gerecht te bereiden dat representatief is voor hun eigen culturele achtergrond. Zo wisselden we niet alleen recepten uit, maar ook de unieke smaken die onze diverse culturen rijk zijn.

4. Tevreden medewerkers maken tevreden klanten

Klantentevredenheid en medewerkerstevredenheid gaan hand in hand. Daarom zetten we hard in op communicatie en nabijheid. Door de verscheidenheid in de werknemerspopulatie, proberen we op verschillende manieren te communiceren. Voor de arbeiders, die geen professioneel emailadres hebben, maken we gebruik van een whatsappgroep om alle nuttige info in te delen. Verder doen we dit via een tv-scherm en per mail. Soms zelfs op papier, om toch op zoveel mogelijk manieren iedereen te kunnen bereiken. Ook de 2-maandelijkse infometingen voor de medewerkers over strategie, planning, veiligheid, nieuwe producten en investeringen werden in maart 2022 opnieuw opgestart.

In november 2023 hebben we in samenwerking met een extern en onafhankelijk bureau een **personeelsenquête** georganiseerd onder onze medewerkers. Dit hebben we gedaan voor de medewerkers van de volledige groep, dus zowel in Hamont als in Aalsmeer en Mórahalom. Om een representatief resultaat te bekomen mikten we op een **participatiegraad van minstens 75 %**, wat we ruimschoots overschreden hebben. Dit gaf ons de mogelijkheid om aan de slag te gaan met de resultaten en een actieplan op te stellen om deze te verbeteren.

In Hongarije werd intussen ingezet op verbeterde arbeidsomstandigheden door inlassing van pauzetijden, verbeterde ergonomie en evenredige verdeling van de werkdruk. Voor een proces (aanprikken) dat nog veel handenarbeid vergt alvast een stap in de goede richting.

“Voor mijn functie heb ik de vrijheid om mijn opstart- en einduur zelf te bepalen. Dus hier kan ik rekening houden met eventuele privéafspraken. Voor de mensen binnen mijn afdeling proberen we steeds mee te denken als medewerkers afspraken of vragen hebben. Ook staan we sinds enkele jaren meer open voor deeltijds werk, steeds in overleg, op maat van de medewerker. Dit kan zijn voor persoonlijke opleidingen, eindeloopbaan, veranderde gezinssituaties, enz.”

Tom De Graaf, hoofd productie en cutterhal

“Enkele opvallende positieve resultaten waren het vertrouwen dat onze medewerkers ervaren van hun leidinggevende en de gezamenlijke inzet om de doelstellingen van Beltaste met zijn allen te behalen. Ook de structuur en duidelijkheid over verwachtingen en takenpakket worden geapprecieerd. Enkele uitdagingen die helder werden door de personeelsenquête waren duidelijkere loopbaanmogelijkheden en het verminderen van de werkdruk. Via het actieplan gaan we deze uitdagingen aanpakken.”

Patrick Smeets, CHRO





5. Training en opleiding

Trainingsuren (gemiddeld per medewerker)



31u
per medewerker



4
dagen

Voor iedereen worden de nodige opleidingen voorzien en nieuwe werknemers worden steeds onder de vleugels van een onthaalmeter/onthaalpeter binnen het bedrijf verwelkomd. Tijdens de eerste weken wordt de nodige aandacht besteed aan opleiding over producten en lijnen, maar ook aan de integratie binnen het team.

In 2023 werd een opleidingsbeleid uitgewerkt voor de bedienden, in 2024 voor de arbeiders. Niet enkel de wettelijk verplichte opleidingen komen hier aan bod, ook extra trainingen om de vaardigheden van onze medewerkers te vergroten krijgen een plaats.

We willen een “great place to work” worden door alle leden van de Beltaste familie de mogelijkheid te geven zich te ontwikkelen. Dit d.m.v. persoonlijke ontwikkeling, samenwerking en kennis delen. We geloven dat investeren in onze medewerkers iedereen een betere toekomst zal bieden.

“Nieuwe medewerkers worden hartelijk onthaald, er heerst ook een welkome sfeer. Omwille van de familiale sfeer merk ik wel dat medewerkers zich snel thuis voelen.”

Sander Meelberghs, hoofd technische dienst

“Medewerkers die al langere tijd bij Beltaste Mórahalom werken helpen nieuwe medewerkers bij het aanleren van processen en methodes en helpen hen om zich thuis te voelen in de organisatie. Ik geloof dan ook dat de meeste nieuwe collega's zich snel thuis voelen bij ons.”

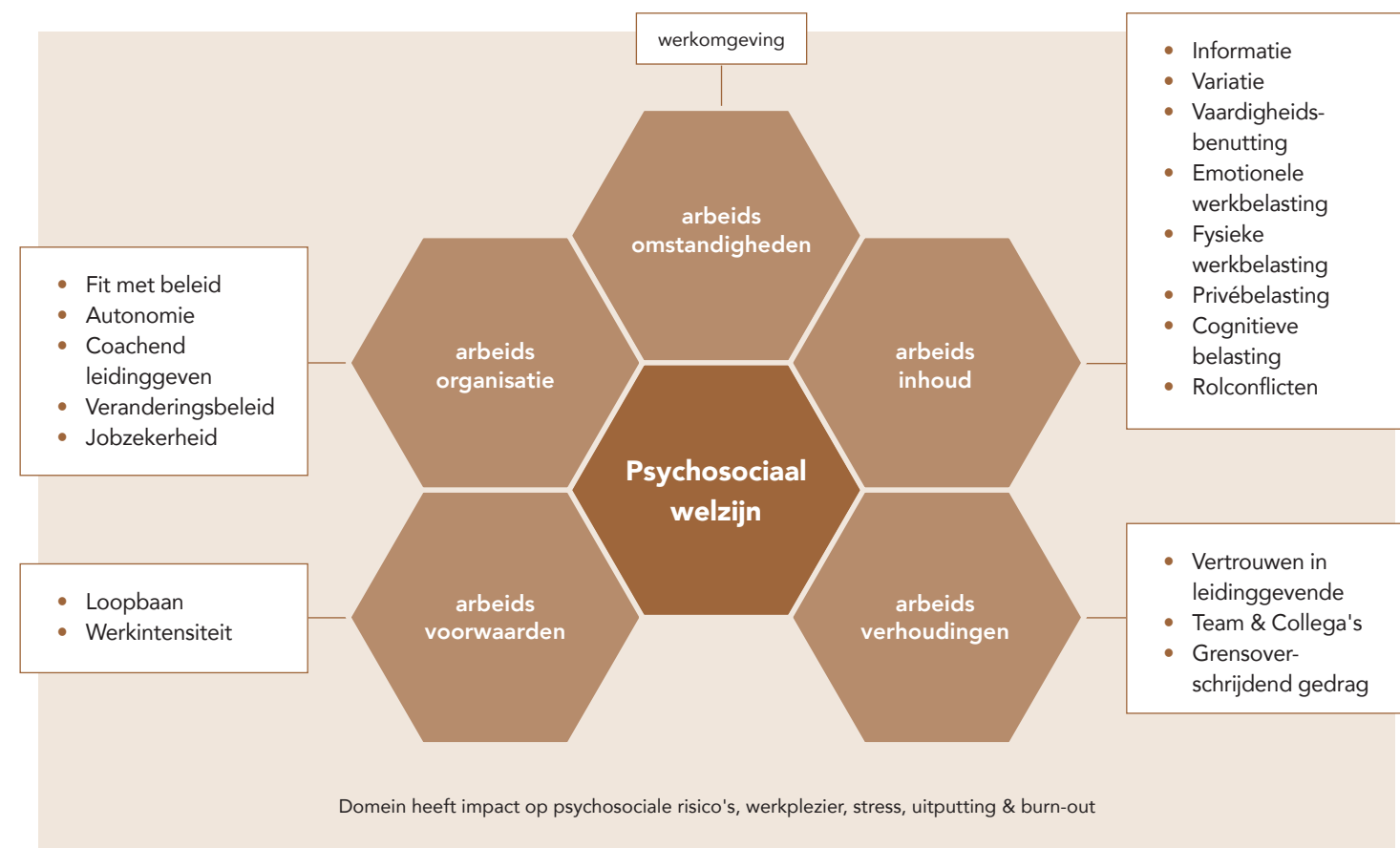
Beáta Bisztrán, HR verantwoordelijke Beltaste Mórahalom

“Op vlak van interne communicatie doet Beltaste het goed. Er wordt duidelijk aangestuurd om voldoende contactmomenten te voorzien om met elkaar in overleg te gaan.”

Bert Lambrechts, demand planner

6. Gezonde en veilige werkomgeving

Gezondheid en veiligheid van ons personeel en de mensen rondom ons is van wezenlijk belang. Beltaste streeft naar een veilige, gezonde en aangename werkomgeving zonder arbeidsongevallen door het vermijden van gevaren of risicofactoren. We stellen de nodige persoonlijke beschermingsmiddelen ter beschikking, zorgen voor opleiding en sensibilisatie.



Opsporing en analyse van de risico's psychosociaal welzijn

Wanneer werknemers zich goed voelen op het werk, heeft dit ook positieve gevolgen voor de organisatie. Denk maar aan een lager verloop, minder ziekte-afwezigheid, een hogere productiviteit en meer creativiteit en innovatie. Om nefaste dynamieken op te sporen en proactief in te kunnen grijpen, hebben we in 2023 volop ingezet op het detecteren van de risicofactoren psychosociaal welzijn.

Psychosociale risico's vinden hun oorsprong in verschillende aspecten van het werk, waaronder de organisatie van het werk (zoals communicatie en autonomie), de inhoud van het werk (bijvoorbeeld werkdruk en cognitieve vereisten), de voorwaarden waaronder het werk wordt verricht (zoals salaris en mogelijkheden voor persoonlijke ontwikkeling), de fysieke werkomstandigheden (denk aan ergonomische eisen en geluidsniveaus) en de kwaliteit van interpersoonlijke relaties op de werkvloer (bijvoorbeeld conflicten en sociale steun). Deze aspecten staan bekend als de 5 A's.

Als belangrijke verbeterpunten kwamen alvast naar voor:

- het aanpassen van de vloerstructuren voor meer veiligheid,
- het vernieuwen (plakmachines) en uitbreiden (extra weegschaal) van ons machinepark
- het aanpassen van de hoogtes van inpakbanden voor betere ergonomie
- het updaten van ons intern transport en expeditie-uitrusting.

Terwijl we de enquête naar andere locaties blijven uitbreiden, gaan we aan de slag met de resultaten. De risicoanalyse zal ook voorgelegd worden aan het Comité voor Preventie en Bescherming op het Werk (CPBW), samen met voorstellen voor verbetermaatregelen. Ook aan de deelnemers is terugkoppeling van de analyse en de resultaten voorzien.

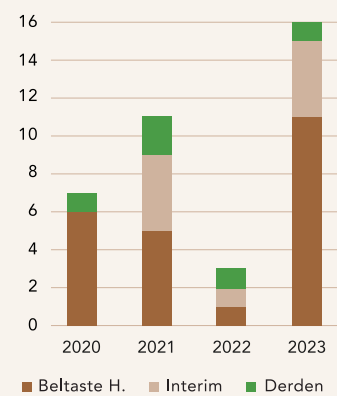
7. Safety first

Elk arbeidsongeval moeten we kunnen vermijden. Arbeidsongevallen (aantal, ernst, oorzaken) worden geregistreerd en geëvalueerd met het oog op voorkomen in de toekomst.

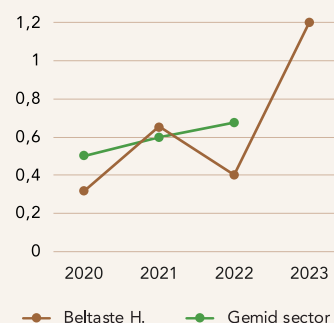
Na een recordjaar met weinig ongevallen in 2022 zagen we in Beltaste Hamont helaas in 2023 terug een stijging van het aantal ongevallen met werkverlet. In Morahalom is de grootste oorzaak van ongevallen het snijden van ui en vleesdelen. Om snijwonden tegen te gaan werd geïnvesteerd in ijszere handschoenen. Zowel in Morahalom als Nederland (Oma Bobs) focussen we in eerste instantie op sensibilisering van het melden van incidenten en onveilige situaties.



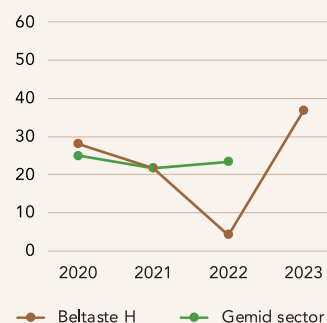
Aantal ongevallen met werkverlet per jaar



Ernstgraad



Frequentiegraad



De belangrijkste oorzaken zijn:

- Pletten/klemming van vingers
- Vallen van materiaal
- Uitglijden, vallen en struikelen
- Snijden en stoten

Ernstgraad = aantal verloren kalenderdagen per 1000 blootgestelde uren
sectorgemiddelde = nace-bel code 10130

Frequentiegraad = aantal ongevallen per miljoen blootgestelde uren
sectorgemiddelde = nace-bel code 10130

Het ultieme doel blijft "0" ongevallen door:

- gerichte opleidingen
- veiligheidscultuur creëren
- investeren in veiligheidsmaatregelen (beugels om karren te verplaatsen, elektrische transpaletten om veilig op hoogte te werken in de vriezer)

Tijdens onze maandelijkse rondgang inspecteren we het veiligheidsgedrag op de werkvloer, maar hebben we ook oog en oor voor verbeterpuntjes en kleine ergernissen. Aanwezigheid en aandacht komt zeker ten goede aan de veiligheid en gezondheid van onze medewerkers.

VEILIGHEID SMAAKT NAAR MEER



BETER BESCHERMD AAN HET WERK! MEET THE BELLI'S

De ingrediënten voor meer **welzijn** op het werk?

Beschermingsmiddelen, **slijpreventie** en **hygiëne** zijn van **essentieel** belang. Hoe het allemaal werkt? Scan snel de QR-code en ontdek het met 10 kersverse tips! Op naar een **veilige werkomgeving** voor jou en je collega's! Pssst: houd ook de volgende video's in het oog! Onze sympathieke Belli-mascottes serveren nog meer inspirerende smaakmakers. Kleine inspanningen, een groot verschil!

Alle informatie over veiligheid:
Contacteer jouw leidinggevende.



Veiligheid smaakt naar meer



Een sterke veiligheidscultuur om arbeidsongevallen te verminderen en te voorkomen

Elk ongeval is er één te veel! Om dit streven extra kracht bij te zetten, ontwikkelden we in samenwerking met DENKie, expert in veiligheidscommunicatie, een veiligheidscampagne om zowel de houding als het gedrag van onze medewerkers te verbeteren. Het programma omvat:

- Animaties en video's die potentiële gevaren tonen en aanleren hoe deze te herkennen en correct te reageren
- Affiches en levensgrote borden
- Een fotograaf bracht de productieafdeling van Beltaste in beeld. Personeel met haarnetjes, maskers, veiligheidsschoenen, gehoorbescherming en meer, alles is vastgelegd op de gevoelige plaat. Met deze foto's werden affiches en een beeldenbank aangelegd om de veiligheids- en welzijnscampagne te ondersteunen.
- E-learning en quiz die checkt of alles goed is begrepen
- Een duidelijke slagzin en herkenbare mascottes om boodschappen kracht bij te zetten

- Ontmoet onder andere Belli-Jeanne, Belli-José en Belli-Rose! Drie heerlijke – geanimeerde – snacks die de tips en tricks serveren aan het personeel.
- Gerichte focusthema's om de veiligheidscultuur te versterken: van arbeidsveiligheid tot gezondheid en van kwaliteit tot duurzaamheid

Na een geslaagde lanceringscampagne, kon er werk gemaakt worden van de kwartaalcampagnes. Met als eerste focus: het melden van onveilige situaties, snijwonden en slip & trip. Een ongeval is zo gebeurd en vaak pijnlijke kost. Nochtans is het mogelijk om veel snijwonden of valincidenten te vermijden. Een korte, hapklare animatievideo maakt de procedures concreet, gevolgd door een quiz om de kennis te toetsen. De bonus? Alle video's zijn ook beschikbaar in het Engels voor de anderstalige collega's die het Nederlands nog niet helemaal meester zijn.

Dankzij verschillende nudges wordt het veiligheidsgedrag van het personeel gestimuleerd. DENKie ontwierp onder andere een Beltaste-zoekplaat met 10 fouten. De juiste antwoorden zijn uiteraard te vinden in de veiligheidscampagne. De prijs voor wie een zoekplaat indient? Een leuke en praktische brooddoos. En voor een ongevalvrije maand voorzien we een foodtruck of taart.



“Beltaste kwam bij DENKie terecht om de procedures op een eenvoudige manier gekend te maken bij hun medewerkers. Instructies hapklaar in beeld brengen, dat is helemaal onze meug! DENKie ging aan de slag om voor Beltaste toffe campagnes op te zetten en procedures in beeld te brengen om veiligheid op de werkvloer te stimuleren.”

Peter De Gryse, CEO Het DENKhuis



“Wat ons het meeste is bijgebleven, is de down to earth aanpak van Het DENKhuis waarbij vooral de speelse manier met figuurtjes en animaties ons enorm heeft getriggerd. Tot slot gaat Het DENKhuis voor een duurzame samenwerking wat in ons geval mee de doorslag heeft gegeven.”

Werner Pinxten, COO Beltaste

Efficiënt en nu ook veiliger werken dankzij de 6S methode

Lean is een managementfilosofie gericht op het creëren van waarde voor de klant in alle bedrijfsprocessen op de lange termijn. Dit door eliminatie van verspillingen. De filosofie wordt gedragen door de hele organisatie via responsabilisering van de werknemers, ondersteund door het management. Na de succesvolle implementatie in Hamont wordt de methode vanaf 2024 ook uitgerold in de andere sites.

Sinds 2021 introduceerden we de 5S methode op de werkvloer. 5S is een methode binnen Lean Management om de werkplek te organiseren waardoor afwijkingen direct zichtbaar worden en verspillingen als wachten of zoeken naar materiaal, gereedschap of informatie voorkomen kunnen worden. Het doel van 5S is: efficiënter werken. Een 5S georganiseerde werkplek is een veilige, efficiënte en prettige werkplek. Deze draagt automatisch bij aan het voorkomen van verspillingen.

In 2024 wordt 5S uitgebreid naar 6S. Door veiligheid als een kernonderdeel te integreren, benadrukt de 6S-aanpak het belang van het identificeren en verminderen van potentiële gevaren op de werkplek. Deze proactieve focus op veiligheid beschermt niet alleen werknemers, maar voorkomt ook ongevallen, wat leidt tot verhoogde productiviteit en verminderde stilstandtijd.

“Beltaste sloot intussen ook aan op het DENKie-opleidingsplatform met persoonlijke login per medewerker. Hierdoor kan gemonitord worden wie welke opleidingen heeft gevolgd en hoeveel ze scoren. Deze opvolging kan dan aangewend worden bij evaluaties maar ook bij audits of bij incidenten.”

Jolien Van Quathem, COO Het DENKhuis

REDUCTIE MILIEU- IMPACT

12 VERANTWOORDE
CONSUMPTIE



13 KLIMAATACTIE



Kerncijfers



België (Hamont)

- 2% groene elektriciteit
- 0,21 ton CO₂/ton product carbon footprint scope 1 en 2
- 3-4 l water/kg product
- 4% niet-gerecycleerd restafval



Hongarije (Mórahalom)

- 0% groene elektriciteit
- 1,53 kWh elektriciteit/kg geproduceerd
- 0,032 kWh gas/kg geproduceerd



Nederland (Aalsmeer)

- 0% groene elektriciteit
- 0,65 kWh elektriciteit/kg geproduceerd
- 0,04 kWh gas/kg geproduceerd

Hiervoor:

- berekenen en verminderen we de totale carbon footprint Beltaste tegen 2025 inclusief leveranciers
- breiden we het aandeel **hernieuwbare energie** verder uit
- focussen we in de processing op interne recyclage en **energie/water recuperatie**
- vergroenen we de **carpolicy en transportpolicy**

Duurzaam ondernemen behoort tot de kern van het bestaan van Oma Bobs

Oma Bobs heeft meer dan 69 verschillende smaken bitterballen en croquetten. Van een klassieke bitterbal van rundsvlees tot exclusieve croquetten met truffel. Deze grote variëteit aan producten brengt veel omschakelingen in productie met zich mee. Via allerlei ingrepen konden we een stijging van het productievolume met 30% realiseren: minder productverlies, geoptimaliseerde reiniging, efficiëntere koelinstallatie.

In 2022 wordt een tweede productielijn gebouwd, die ons moet toelaten nog efficiënter te produceren. Door de runs beter op elkaar af te stemmen, kan waterverbruik en reiniging worden geoptimaliseerd.

Daarnaast zetten we in op:


- recycleren van afval
- gebruik van FSC-verpakkingsmateriaal
- maximale terugwinning van energie
- streven naar een elektrisch/hybride wagenpark


“Door het optimaliseren van processen dalen het energie- en waterverbruik en worden verliezen geminimaliseerd. Maar onze inzet gaat verder dan alleen productie. We ontwikkelen ook producten die een lagere negatieve impact op het milieu hebben.”

Gert Poets, QA manager Hamont


1. Energie


Kerncijfers Beltaste Hamont

	2021	2022	2023
	0,50	0,48	0,43
kWh elektriciteit/kg geproduceerd Target 2023: 0,43 kWh/kg			

	2021	2022	2023
	0,56	0,58	0,45
kWh gas/kg geproduceerd Target 2023: 0,56 kWh/kg			


Kerncijfers Beltaste Morahalom

	2021	2022	2023
	2,058	1,389	1,53
kWh elektriciteit/kg geproduceerd Target 2023: 1,35 kWh/kg			

	2021	2022	2023
	0,037	0,033	0,032
kWh gas/kg geproduceerd Target 2023: 0,03 kWh/kg			

Kerncijfers Beltaste Aalsmeer

	2023
	0,65
kWh elektriciteit/kg geproduceerd	

	2023
	0,04
kWh gas/kg geproduceerd	



Duurzame energieopwekking via zonnepanelen

We hebben drie PV installaties

1. PV installatie op het dak van de burelen (in dienst vanaf 12/2020)
Installatievermogen 15.36 kWp – PV omvormer 10 kWh
Jaarlijks energie opbrengst: 7.520 kWh
2. PV installatie op het dak van het vrieshuis en magazijn verpakking (in dienst 12/2009)
Installatievermogen 142.080 Wp – omvormervermogen: 120 kWh
Jaarlijks energie opbrengst: 121.082 kWh
3. PV installatie op het dak van vrieshuis (in dienst vanaf 02/2024)
Installatievermogen 94.300 Wp – omvormer 110 kWh
Jaarlijks energieopbrengst: 82.732 kWh

Totaal jaarlijks energieopbrengst van de 3 PV installaties: 211.334 kWh, goed voor 1,5 tot 2% van ons stroomverbruik.

We onderzoeken momenteel bijkomende mogelijkheden naar duurzame energie, zoals de participatie in een windmolen of de installatie van zonnepanelen bij Beltaste Packaging.

Spaarzaam omgaan met energie begint al bij de aankoop van de installaties en machines. Energiezuinig aankopen is een bewuste keuze. Onze grootste stroomverbruikers zijn het invriezen (ca. 1/2) en de vleesvoorbereiding (ca. 1/3). We produceren een deel van onze stroom zelf (zonnepanelen). Gas wordt verbruikt in de stoomgenerator, alsook voor het opwarmen van thermische olie (braadlijnen). Onze centrale NH₃/CO₂ koude installatie levert koude op diverse temperatuurgebieden. Het centraal pompsysteem werkt met de natuurlijke koudemiddelen ammoniak (NH₃) en koolstofdioxide (CO₂). Deze koudemiddelen hebben lage waarden welke een indicatie geven voor de milieubelasting:

- voor de Ozon Depletion Potential ODP geldt: NH₃= 0 ; CO₂=0
- voor de Global Warming Potential GWP geldt: NH₃= 0 ; CO₂=1

Onze bedrijfsgebouwen worden verwarmd via restwarmte van de koelinstallatie.



In 2023 hebben we diverse (energie)besparende initiatieven geïmplementeerd. Door de combinatie van besparingen op water, electriciteit en gas stoten we in 2024 11% minder CO₂ uit dan in 2023.

Een greep uit onze investeringen:

- **Warmtehergebruik van de koelcentrale voor het voorverwarmen van leidingwater** dat wordt ingezet voor schoonmaakprocessen en het vullen van de kookbaden.
- **Waterrecyclage op de frikandel kooklijn**
- **Installatie van een nieuwe luchtdroger/luchtsluis**
De maatregel resulteert tevens in een veiliger omgeving (minder slipgevaar, minder belasting voor de knieën), minder koudegevoel (droge lucht en minder luchtstroming) en minder geluid.
- **Verhogen van het setpoint van de koelinstallatie** zonder de productkwaliteit te beïnvloeden
- **Invoering van een nieuwe diepvriesblok verkleinmachine**
Hierdoor kan het cutterproces worden ingekort en krijgen we een betere kwaliteit van het eindproduct. De techniek is zachter voor het vlees, er gaan minder functionele eiwitten verloren wat minder breukverliezen oplevert.
- **Weekendregeling voor koelinstallaties** en betere afstemming van de koelcapaciteit op de vraag
- **Aanpassing van het invriestraject van de blast freezer**

2. Water

Kerncijfers Beltaste Hamont

	2021	2022	2023
	3,71	3,69	3,26

L verbruikt water/kg geproduceerd
Target 2023: 3,50 l/kg

Kerncijfers Beltaste Morahalom

	2021	2022
	0,006	0,006

L verbruikt water/kg geproduceerd

Water is binnen ons productieproces een noodzaak. Dit voor zowel de bereiding van het product als de reiniging van het hele productieapparaat. Verder beschikken wij over een eigen waterzuiveringsstation. Door verbeterde beluchtingsmethoden werd het zuurstofgehalte verhoogd, wat essentieel is voor de afbraak van vervuilende stoffen en het verlagen van het energieverbruik. Daarnaast leidt de precisie in chemicaliëntoevoer tot minder verspilling en verhoogde effectiviteit in het neutraliseren van verontreinigingen. Ook de geavanceerde regeling van de pompen draagt bij aan energiebesparing en kostenreductie.


De toekomstige implementatie van een biologische zuiveringsstap na de fysicochemische behandeling is een spannende ontwikkeling. Deze methode maakt gebruik van natuurlijke processen voor het verwijderen van vervuiling, wat niet alleen de efficiëntie van waterzuivering verhoogt, maar ook de mogelijkheid van waterhergebruik opent.

3. Reductie voedselverlies en afvalmanagement

We streven ernaar om zo weinig mogelijk voedsel verloren te laten gaan. Breuk is de grootste oorzaak van voedselverlies. Door verbeterde monitoring van onze productielijnen kunnen we in Hamont online en real-time de rendementen opvolgen en sneller bijsturen.

In Morahalom vergt het aanpakken nog veel handwerk. We investeerden in een gerobotiseerde aanpaklijn. Deze kan niet alleen 16 tot 24u/dag produceren (ipv 8u), maar veroorzaakt ook minder breukverliezen.


Breukverliezen Beltaste Hamont

	2021	2022	2023
	1,56%	1,01%	0,82%

Target 2023: 0,90%

In **Morahalom** wordt alle breuk herwerkt. 0% breukverlies


Breukverliezen Beltaste Aalsmeer

	2022	2023
	5,42%	4,03%

Target 2022: 5%
Target 2022: 4%

Ook andere afvalstromen worden vermeden en wat toch vrijkomt, wordt zo goed mogelijk gesorteerd. Zo werden extra containers voor hout, PMD en harde kunststof bijgeplaatst en werken we met kleurencodes voor het sorteren van de diverse stromen. Dit zodat zoveel mogelijk fracties kunnen gerecycleerd worden en/of gebruikt voor het maken van groene energie (met name flotatieslib en de cat 3 = biologisch afval).

% restafval (niet-recycleerbaar) Beltaste Hamont

	2021	2022	2023
	4,2%	3,9%	3,6%



4. Verpakking

Verpakkingen zijn onmisbaar voor al onze producten. De belangrijkste functie is om ervoor te zorgen dat de kwaliteit, voedselveiligheid, versheid en houdbaarheid van onze producten bewaard blijft, om onze producten te beschermen tijdens het transport en om voedselverlies te voorkomen. Bovendien moet het de marketing ondersteunen door onze klanten en consumenten te voorzien van essentiële productinformatie (bv. voedingswaardetabel, ingrediënten, bereidingswijze, enz.).

Voor de frituristen leveren we bij onze producten ook de consumentenverpakkingen. Voortaan zijn deze uit papier gemaakt ipv plastic.



Voor de B2B klanten wordt gebruik gemaakt van retourkragen. Deze kunnen tot 300 kg product bevatten en worden door Beltaste zelf gereinigd voor hergebruik.

Arbeiders Bewel werken in gloednieuwe verpakingsafdeling Beltaste in Hamont

Een nieuwe samenwerking tussen Beltaste en maatwerkbedrijf Bewel stond al even in de sterren geschreven. Vanaf 20 maart 2024 is het zo ver: Beltaste en Bewel pakken uit met Beltaste Packaging, een nieuwe verpakingsafdeling in Hamont-Achel.

Door de jaarlijkse groei en het toenemende ruimtetekort bij Beltaste, was de behoefte aan een eigen verpakingsafdeling groot geworden. Maatwerkbedrijf Bewel, bekend om haar maatschappelijke betrokkenheid, werd gezien als de ideale partner voor dit project.



Deze samenwerking heeft niet alleen een nieuwe bedrijfsactiviteit binnen de Beltaste-groep gecreëerd, maar ook de lokale werkgelegenheid in Noord-Limburg positief beïnvloed. Twintig maatwerkers vinden door deze overeenkomst gegarandeerd werk in eigen regio. Het nieuwe Beltaste Packaging filiaal is aanzienlijk, met een oppervlakte van 2.722 vierkante meter, waarvan 1.743 vierkante meter voor productie en opslag is bestemd en de rest voor kantoorruimte en aanvullende opslag. Voor dit project heeft Beltaste ongeveer 1,5 miljoen euro geïnvesteerd, met een deel van de investeringen gefinancierd door Bewel. De medewerkers van Beltaste Packaging houden zich bezig met het verpakken van diverse retail- en mixverpakkingen, alsook het stickeren van dozen.

Door de centralisatie van de verpakingsafdeling in Hamont kan Beltaste sneller reageren op klantenvragen. Bovendien wordt het transport tussen sites drastisch gereduceerd (5 km ipv 60-160 km). Voor het vervoer van de producten worden herbruikbare octabins ingezet. In de praktijk kunnen die 4 tot 5 keer worden hergebruikt.

“Bewel zet zich al jaren in voor tewerkstelling van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Mensen met passie, toewijding en de kwaliteiten om de meest uiteenlopende taken of processen van bedrijven uit te voeren en te optimaliseren. We zijn dan ook tevreden dat Beltaste Packaging met deze 10-jarige overeenkomst en de bijhorende tewerkstellingsgarantie haar sociaal engagement onderschrijft.”

Johan Bongaerts, Gedelegeerd bestuurder Bewel

5. Logistiek en bedrijfsvoertuigen

Voor de levering van halffabrikaten van onze site in Hamont aan Morahalom maken we gebruik van herbruikbare vleesbakken. Ook andere grondstoffen worden centraal aangekocht, verzameld in ons magazijn in Hamont en vandaar optimaal gebundeld voor transport naar Morahalom. Dit bespaart tussentransporten naar leveranciers en zorgt voor volle retourvrachten.

Onze vrachtwagens zijn EURO 5 of EURO 6.

In het bedrijfsvoertuigenpark volgen we de trend naar elektrificatie. Hiervoor werden laadpalen geïnstalleerd.

1. Bestaande laadpalen voor aan de straat (vanaf 2022)
6 laadpunten van 11KW

Het jaarlijks verbruik per laadpaal bedroeg in 2023 :
2951KWH

Totaal verbruik van de 6 laadpunten: 17.706 KWH

2. Uitbreiding laadpalen achterzijde fabriek (vanaf april 2024)
12 laadpunten van 11KW waardoor we samen aan 18 laadpunten komen.

Totaal verbruik voor 18 laadpunten : 53.118 KWH



GOOD GOVERNANCE



Kwaliteit is prioriteit. Sinds 2006 zijn we houder van het IFS-certificaat (International Food Standaard) en FSSC 22000 (Oma Bobs): het resultaat van dagelijkse opvolging van de voedselveiligheid binnen de hele keten, maar ook voor het bieden van een constant product aan onze klanten. Ons lange termijn partnerschap met alle partners in de keten resulteert in een stabiel en kwaliteitsvol eindproduct. Kwaliteit controleer je niet, maar maak je!

Kerncijfers

- IFS Food Standard Higher Level (IFS V8), onaangekondigd – België en Hongarije
- Autocontrole (ACS G-014, G-017 en G-019) België
- FSSC 22000 voor Oma Bobs – Nederland
- Net Promotor Score **35**

Hiervoor:

- berekenen en verminderen we de totale carbon footprint Beltaste tegen 2024 inclusief leveranciers
- breiden we het aandeel hernieuwbare energie verder uit
- focussen we in de processing op interne recyclage en energie/water recuperatie
- vergroenen we de carpolicy en transportpolicy

1. Voedselveiligheid en kwaliteit in elke stap van de keten

We zorgen ervoor dat onze producten in alle stadia van de productie, verwerking en distributie voldoen aan de (wettelijke) voorschriften inzake voedselveiligheid (onopzettelijke besmettingen), food defense (controle en beveiliging tegen opzettelijke besmettingen), voedsel fraude (het opzettelijk vervangen, toevoegen, manipuleren of verkeerd voorstellen van voedingsmiddelen, voedsel ingrediënten of voedselverpakkingen; of onjuiste of misleidende verklaringen over een product met het oog op economisch gewin), kwaliteit en traceerbaarheid.

Ook de voedselveiligheidscultuur (houding en gedrag) wordt gemeten en verbeterd door de inzet van gestructureerde programma's die de competenties en technische vaardigheden van onze medewerkers verbeteren om zo meer bewust risico's te identificeren en te beheersen.

Onze inspanningen werden bekroond door het behalen van de **IFS Food Standard Higher Level (IFS V8)** voor België en Hongarije, **FSSC 22000** voor Oma Bobs (Nederland) en **Autocontrole (ACS G-014, G-017 en G-019)** in België.



Sinds 2017 is onze jaarlijkse IFS-audit onaangekondigd. In principe kan elke dag het volledige eisenpakket van IFS worden geauditeerd. En het resultaat van de audit is meteen het eindresultaat van de beoordeling. Geen mogelijkheid dus om na een audit nog bewijs te leveren dat er aan de geconstateerde tekortkoming voldoende invulling is gegeven. Kwaliteit is zo eens te meer een verantwoordelijkheid van elke dag.

Om deze hoge kwaliteitsstandaarden waar te maken zorgen we voor permanente bijscholing, zodat onze medewerkers voldoende zijn opgeleid en beschikken over de noodzakelijke kennis en vaardigheden. Ook investeren we in de nodige technische en andere middelen om hygiënisch, kwalitatief en veilig te kunnen werken.

“Kwaliteit betekent dat we goed doen als niemand kijkt. Deze wijze woorden van Henry Ford zijn een inspiratie voor ons streven naar continue verbetering. Zo hebben we als bedrijf de nodige werkvoorschriften, werken we volgens de HACCP-richtlijnen en ligt de focus op trainingen, inspecties en analyses om risico's aan te pakken. Maar voedselveiligheid is vaak ook terug te leiden naar menselijke gedrag en handelingen, die worden bepaald door de heersende cultuur binnen Beltaste. Enkel een positieve voedselveiligheidscultuur kan resulteren in voedselveilige en kwalitatieve producten. Als elke medewerker zich betrokken voelt bij de organisatie en vanuit intrinsieke motivatie zijn beste beentje voorzet om voedselveiligheid en -kwaliteit zo goed mogelijk te borgen, levert dit voordeel op voor de gehele organisatie.”

Gert Poets, QA manager Hamont



Kwaliteit en traceerbaarheid in de keten

Beltaste werkt enkel samen met **kwaliteitsgecertificeerde leveranciers**. IFS, BRC of FSSC 22000 zijn een basisvereiste. De kwaliteitsparameters van elke grondstof en verpakkingsmateriaal zijn vastgelegd in onderling overeengekomen specificaties tussen de leverancier en Beltaste. Via plaatsbezoeken vergewissen we ons ook ter plekke van een goede samenwerking.

Uitsluitend goedgekeurde (temperatuur, etikettering, visuele en sensorische aspecten, verpakking, enz.) grondstoffen en verpakkingsmaterialen worden geaccepteerd en gebruikt in het productieproces. Maar ook tijdens het gehele productieproces vindt monsternamen en (visuele) controle plaats. Het opleiden en trainen van onze medewerkers is een belangrijk onderdeel van het kwaliteitsprogramma en deze trainingen dragen bij aan het bewaken en verder verhogen van de kwaliteitsstandaarden.

Uit onze fouten kunnen we leren als input voor procesverbetering

Om zoveel mogelijk productafwijkingen te voorkomen, werken we met zowel een intern als extern klachtensysteem. **Kwaliteit is een zorg van iedereen.** Alle medewerkers worden gestimuleerd om zoveel mogelijk storingen, afwijkingen, mogelijke tekortkomingen te melden, zodat hierop corrigerende acties kunnen worden genomen. Mochten na deze intensieve zorg toch nog op- of aanmerkingen komen, dan staat ons salesteam, samen met de kwaliteitsafdeling paraat om klachten in ontvangst te nemen en te behandelen. Een klachten trendanalyse wordt maandelijks uitgevoerd en gebruikt voor optimalisatie en bijsturing, m.a.w. preventief handelen i.p.v. corrigerend.

2. Naar 100% klantentevredenheid

Bij Beltaste hechten we veel waarde aan klantentevredenheid. Uit onze tevredenheidsmetingen kunnen we veel leren en deze kennis gebruiken we ook om onze producten en onze dienstverlening naar een nog hoger niveau te tillen.

Tijdens ons meest recente klantenonderzoek werden in totaal 400 frituristen uit Vlaanderen (160), Wallonië (80) en Nederland (160) bevestigd. Om de Net Promotor Score te berekenen, vroegen we onze frituristen om op een schaal van 0 tot 10 aan te geven hoe waarschijnlijk het is dat ze ons bedrijf en onze producten zouden aanbevelen aan een collega-friturist.

“We hebben een mooie groep trouwe klanten die ook ambassadeur zijn en ons als betrouwbare partner beschouwen. Het merendeel van de tevreden klanten zijn met name tevreden over de service, kwaliteit, smaak en prijs.”

Peter Maenhout, CCO



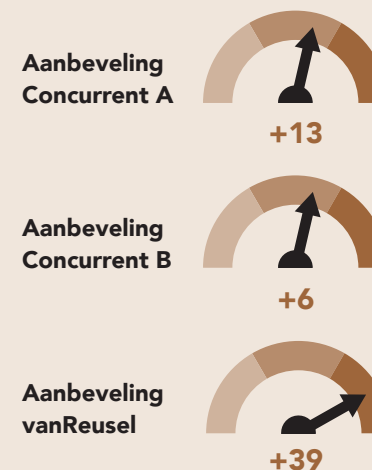
Vlaanderen - Semester 2

'In welke mate zou u het bedrijf en de producten aanbevelen aan een collega-friturist?'



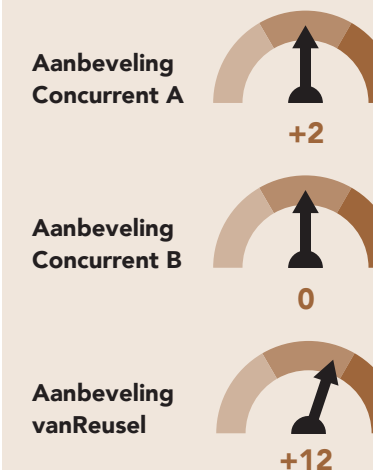
Wallonië - Semester 2

'In welke mate zou u het bedrijf en de producten aanbevelen aan een collega-friturist?'



Nederland - Semester 2

'In welke mate zou u het bedrijf en de producten aanbevelen aan een collega-friturist?'



Net Promotor Score 2023

35

(Score op basis van een bevestiging van 400 frituristen, in Vlaanderen (160), Wallonië (80) en Nederland (160))

Frituristen zijn over het algemeen meer tevreden in Vlaanderen (NPS 46), dan in Wallonië (NPS 39) en Nederland (NPS 12). Met name in Nederland zagen we in 2023 een sterke daling van de NPS ten opzichte van voorgaande jaren. Wel blijven wel substantieel beter scoren dan onze sectorgenoten.

Aanbod op maat van de frituristen

Om frietzaken te helpen winstgevend te blijven, hebben we **POS-materiaal** ontworpen, zoals verpakkingen, burgerwraps en stickers, die de visuele aantrekkingskracht van producten verhogen en de merkherkenning versterken. Bovendien hebben we **event marketing** ingezet op populaire evenementen zoals Pukkelpop om de merkbekendheid te vergroten en direct contact met consumenten te maken. Verder zetten we in op **geo-targeting** door gerichte advertenties aan te bieden.

Consumenten zijn het kloppend hart van de Vanreusel-familie. Ze verdienen het meer dan ooit om beloond te worden. Dat willen we bij Vanreusel doen aan de hand van een digitaal spaarprogramma: **SnackCoins**. Via onze SnackCoins app kunnen consumenten unieke QR-codes scannen die in de dozen van onze snacks zitten en zo SnackCoins verzamelen. Zodra ze genoeg SnackCoins hebben gespaard, kunnen ze deze inwisselen voor gratis Vanreusel-snacks, een Netflix-abonnement voor het hele gezin of een waardebon voor een Belgisch sterrenrestaurant. Dit beloningssysteem benadrukt niet alleen onze waardering, maar versterkt ook de band met ons merk.

ESRS EN GRI REFERENTIE TABEL

De Europese normen voor duurzaamheidsverslaglegging (ESRS) verplichten organisaties om hun impact, risico's en opportuniteiten uitgebreider en transparanter bekend te maken, zodat belanghebbenden een beter inzicht krijgen in de inspanningen van een onderneming om duurzaamheid te bevorderen. Wanneer wij over de volgende boekjaren rapporteren, zullen wij meer en meer gedetailleerde informatie verstrekken over de onderwerpen die in onze dubbele materialiteitsanalyse zijn gedefinieerd als onderwerpen met een belangrijke materiële impact.

Thema	Pagina	Referentie
BP-1 Algemene grondslag voor de opstelling van de duurzaamheidsverklaring	p 5	ESRS 2 BP-1 GRI 2-1, 2-2, 2-3
BP-2 Toelichtingen met betrekking tot specifieke omstandigheden	p 58	ESRS 2 BP-2 GRI 2-4
GOV-1 De rol van de bestuurs-, leidinggevende en toezichhoudende organen	Vanaf 2026	ESRS 2 GOV-1 GRI 2-9, 2-12
GOV-2 Informatie verstrekt aan en duurzaamheidsvraagstukken behandeld door de bestuurs-, leidinggevende en toezichhoudende organen	Vanaf 2026	ESRS 2 GOV-2 GRI 2-14
GOV-3 Integratie van duurzaamheidsgerelateerde prestaties in bonusregelingen	Vanaf 2026	ESRS 2 GOV-3 GRI 2-18

GOV-4 Verklaring inzake due diligence op het gebied van duurzaamheid	p 60-63	ESRS 2 GOV-4
GOV-5 Risicobeheer en interne controle op duurzaamheidsrapportage	Vanaf 2026	ESRS 2 GOV-5
SBM-1 Marktpositie, strategie, bedrijfsmodel(len) en waardeketen	p 14-21 p 22-23	ESRS 2 SBM-1 GRI 2-6
SBM-2 Belangen en standpunten van belanghebbenden	p 34-51 p 58 p 62-63	ESRS 2 SBM-2 GRI 2-29
SBM-3 Belangrijke gevolgen, risico's en mogelijkheden en hun interactie met strategie en bedrijfsmodel(len)	Vanaf 2026	ESRS 2 SBM-3
IRO-1 Beschrijving van de processen om materiële effecten, risico's en mogelijkheden te identificeren en te beoordelen	p 24-25	ESRS 2 IRO-1 GRI 2-25
IRO-2 Openbaarmaking inhoud van beleid en acties	Vanaf p 26	ESRS 2 IRO-2 GRI 2-23
DP-C Vastgesteld beleid voor het beheer van materiële duurzaamheidskwesaties	Vanaf p 26	ESRS 2 DP-C GRI 2-24
DC-A Acties en middelen met betrekking tot materiële duurzaamheidskwesaties	Vanaf p 26	ESRS 2 DC-A
DC-M Maatstaven met betrekking tot materiële duurzaamheidskwesaties	Vanaf p 26	ESRS 2 DC-M
DC-T Volgen van effectiviteit van beleid en acties via doelstellingen	Vanaf p 26	ESRS 2 DC-T



Beltaste Hamont N.V.
Lozenweg 30
3930 Hamont-Achel
België

Beltaste Packaging
Middenweg 9
3930 Hamont -Achel
België

Beltaste Aalsmeer
Turfstekerstraat 59
1431 GD Aalsmeer
Nederland

Beltaste Mórahalom N.V.
Röszkei Ut 51
6782 Mórahalom
Hongarije

Voor vragen over dit duurzaamheidsverslag: info@beltaste.be

BELTASTE 