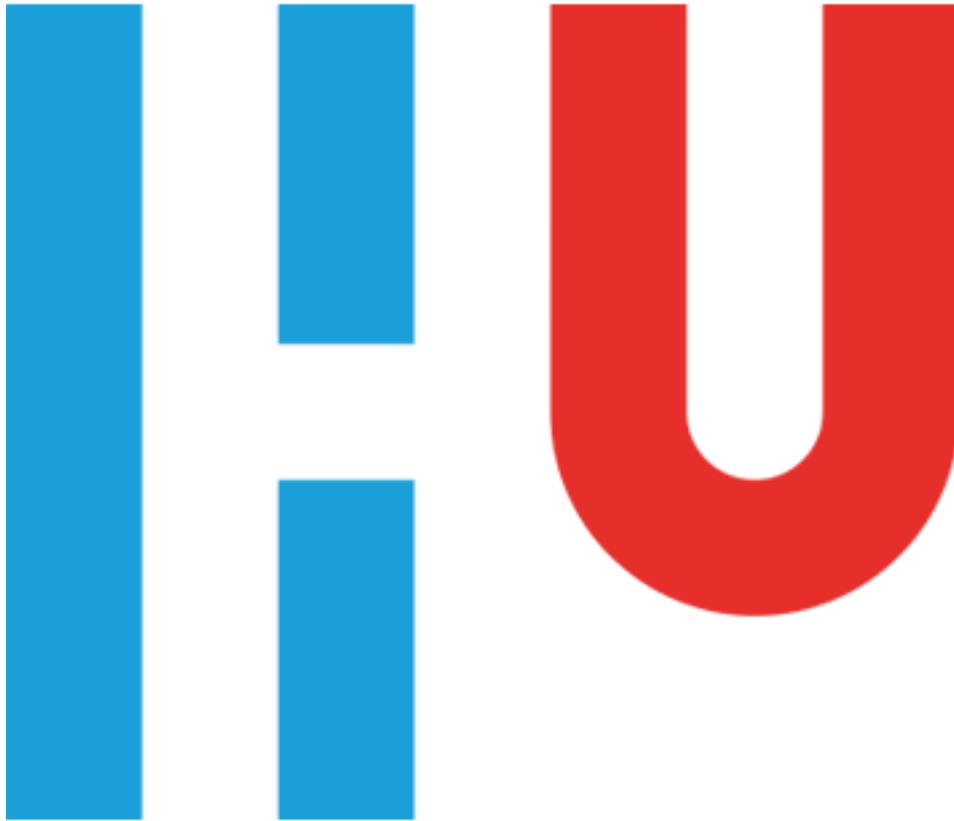


Eindverslag



Cursusnaam en cursuscode: 2024 MCCE-P-IMB-24, Impact Bewijzen

Opdracht: Eindverslag

Naam docent: Suzanne de Bakker, Dies Weijsschede

Naam Student(en) met studentnummer(s): Juun Loemban Tobing (1887370), Naomi Wijbrands (1884266), Iris Beute (1887852), Ismail Zouine (1886541), Hamza Hemmet (1891091)

Klassennaam / -code: : FEM S FEM BMCE S

Inleverdatum: 02-03-2025

Versie: 1

Inhoud

Gevolgen van de productie van het product chocola in de keten	4
1.1 Financiële gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten	4
Introductie	4
Ongelijke macht binnen de keten	5
Conclusie	5
1.2 Ecologische gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten	6
Analyse volgens het 3LC-model	6
Ecologische impact	6
Circulariteit en de R-ladder	7
Conclusie	7
1.3 Sociale gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten	7
Introductie	7
Negatieve gevolgen	7
Voor kinderen	7
Voor cacaoboeren	7
Positieve gevolgen	8
Werkgelegenheid	8
Inkomen boeren	8
Groei lokale economie	8
Conclusie	8
Balans	9
2.1 Huidige balans tussen de financiële, ecologische en sociale gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten	9
Verticale afstemming tussen de 9 bouwstenen van het 3LC-model	9
Conclusie	10
2.2 Gewenste balans tussen de financiële, ecologische en sociale gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten	10
Economisch	10
Ecologisch	10
Sociaal	10
Conclusie	11
2.3 Reflectie op de balans op basis van eigen waarden en normen	11
Introductie	11
Ideeën	12
Leefomstandigheden verbeteren	12
Kinderarbeid	12
Land opkopen	12

Druppelirrigatie	12
Cacaodoppen	12
Fabrieken voor milieu	12
Zeilschepen.....	13
De marketingmix 4 P's	13
Duurzaamheidsadoptiemodel	14
3.1 Adoptie van een duurzame versie van het product chocolade voor de doelgroep statusbewuste verduurzamers uit het Duurzaamheidsadoptiemodel.....	14
Duurzaam verleiden.....	15
4.1 Waardepropositie voor de statusbewuste verduurzamers (derde doelgroep uit het Duurzaamheidsadoptiemodel) voor het product chocolade	15
Klanten.....	15
Medewerkers.....	16
Stakeholders.....	16
Literatuurlijst.....	17
Promptlijst	18
Bijlagen	18

Gevolgen van de productie van het product chocola in de keten

1.1 Financiële gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten

Introductie

De productie van chocolade heeft aanzienlijke financiële gevolgen, zowel direct als indirect. Deze gevolgen zijn zichtbaar in de kostenstructuur, verborgen kosten, en de ongelijke verdeling van macht binnen de productieketen.

Directe kosten

De kosten voor cacao, het belangrijkste ingrediënt van chocolade, zijn de afgelopen jaren sterk gestegen. Sinds 2021 is de gemiddelde kiloprijs met bijna 40% toegenomen door factoren zoals: Slechte oogsten, stijgende prijzen van zuivelproducten, suiker, verpakkingsmateriaal en energie (Schreijen, 2024). Deze stijgingen dwingen chocoladeproducenten om creatieve oplossingen te zoeken, zoals kleinere verpakkingen of het verminderen van het cacaogehalte in hun producten.

Verborgene kosten

Naast directe economische kosten zijn er aanzienlijke verborgen kosten verbonden aan de productie van cacao. Deze kunnen worden onderverdeeld in milieukosten, sociale kosten en andere economische kosten.

Milieukosten

De milieu-impact van cacao omvat ontbossing, CO₂-uitstoot en bodem- en watervervuiling door chemische meststoffen en pesticiden. Gemiddeld bedragen deze milieukosten €2,20 per kilogram cacao. Het verslag van Trueprice.org richt zich op de ware prijs van cacao en de milieu-impact van de productieketen. Uit het onderzoek van True Price blijkt dat de totale ware prijs van cacao voor Tony's Chocolonely echter lagere milieukosten (€1,59 per kilogram) heeft dankzij duurzame landbouwmethoden en CO₂-compensatie:

- Biodiversiteitsverlies en CO₂-uitstoot: €0,65 per kilogram (benchmark), €0,47 voor Tony's Chocolonely.
- Bodem- en watervervuiling: €0,73 per kilogram (benchmark), €0,52 voor Tony's Chocolonely¹².

Er worden vaak tropische regenwouden gekapt om plantages aan te leggen, dit stoot biodiversiteitsverlies en CO₂ uit, de benchmark is hierbij 0,65 per kilogram, en dat van Tony's Chocolonely 0,47. Ook heb je veel bodem- en watervervuiling bij het maken van chocola, dit komt doordat er veel chemische meststoffen en pesticiden gebruikt worden. De benchmark ligt hier bij 0,73 per kilogram.

Sociale kosten

De sociale kosten betreffen lage lonen en slechte arbeidsomstandigheden voor cacaoboeren. Uit berekeningen blijkt dat chocolade eigenlijk 30% duurder zou moeten zijn om deze verborgen sociale kosten te dekken (Joepssnoep, 2017). Wij hebben uitgerekend dat de omzet van chocola in Nederland ruim €1 miljard is. Dit betekent dat voor sociale kosten voor chocola in Nederland ruim €300 miljoen hoort te zijn (€3,99 per kilogram). Nu moeten we de sociale kosten per kilogram cacaopoeder berekenen, wat neerkomt op ongeveer €12,47.

Economische kosten

Andere economische factoren omvatten prijsverhogingen door tussenhandelaren (10-20%) en prijschommelingen op de internationale markt. De minimumprijs voor boeren in Ghana is vastgesteld op €2.364 per ton cacao, terwijl internationale prijzen variëren tussen €4.870 en €10.000 per ton afhankelijk van vraag en aanbod¹².

Ongelijke macht binnen de keten

De verdeling van macht in de chocoladeproductieketen is zeer ongelijk:

- Grote bedrijven zoals Mars, Nestlé en Mondelez hebben de meeste onderhandelingsmacht en bepalen grotendeels de prijzen, distributie en duurzaamheid (“Maatschappelijk Verantwoorde Ketens”, z.d.)
- Cacaoboeren hebben vrijwel geen invloed op de cacaoprijs en verdienen vaak onder het minimumloon.
- Consumenten kunnen indirect invloed uitoefenen door duurzame producten te kopen (*De 5 Hoofdrolspeleers*, z.d.).

Conclusie

De productie van chocolade brengt aanzienlijke financiële gevolgen met zich mee door stijgende directe kosten, hoge verborgen milieu- en sociale kosten, en economische ongelijkheden binnen de keten. Hoewel bedrijven zoals Tony’s Chocolonely inspanningen leveren om deze impact te verminderen via duurzamere methoden en eerlijke lonen, blijven grote uitdagingen bestaan in het creëren van een eerlijke en duurzame industrie.

1.2 Ecologische gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten

De Chocolade-industrie kent zowel ecologische als economische uitdagingen, in dit kopje analyseren wij de impact van chocoladeproductie binnen het 3LC-model en onderzoeken wij strategieën van circulariteit (R-ladder) om duurzamer te produceren

Analyse volgens het 3LC-model

Inkoop

De cacaoteelt veroorzaakt aanzienlijke milieuproblemen, zoals ontbossing in West-Afrika (Circle, 2024). Veel boeren hanteren verouderde landbouwtechnieken, wat leidt tot bodemuitputting (De Chocoproef, n.d.). Duurzame certificeringen zoals Fairtrade en Rainforest Alliance dragen bij aan milieuvriendelijke productie (Hiske, 2025).

Productie

Het fermenteren, drogen, roosteren en verwerken van cacaobonen verbruikt veel energie en water (Roggen, 2024). Fabrieken stoten CO₂ uit en transport verhoogt de ecologische voetafdruk (Lebeau et al, 2023). Duurzaamheidsinitiatieven zoals bio-energie uit cacaodoppen en hernieuwbare energiebronnen kunnen deze impact verminderen.

Materialen

Naast cacao bevatten chocoladeproducten vaak suiker, melk en palmolie, wat extra ecologische belasting veroorzaakt (Roggen, 2024). Plastic en aluminium verpakkingen dragen bij aan milieuvervuiling, tenzij deze gerecycled zijn of vervangen door biologisch afbreekbare materialen.

Functionele waarde

Chocolade is een luxeproduct en geen primaire levensbehoefte, wat vragen oproept over de noodzaak van massaproductie (Universiteit Utrecht, n.d.). Toch vinden wij dat duurzame chocolade kan bijdragen aan bewustwording en eerlijke lonen voor boeren, doordat er meer erkenning voor komt gaan meer mensen zich realiseren dat sommige producten erg slecht voor de wereld zijn.

Einde levensduur

Veel chocoladeverpakkingen belanden op stortplaatsen of in de oceaan (Lebeau et al, 2023). Wij zijn van mening dat er verschillende oplossingen hiervoor zijn, zoals betere afvalverwerking, statiegeldsystemen en composteerbare verpakkingen

Distributie

Cacao wordt wereldwijd verscheept, wat veel brandstof en energie gebruikt. Koeltransporten verhogen de uitstoot. Er zijn duurzamere opties, zoals zeiltransport.

Ecologische impact

De productie van chocolade heeft zowel positieve als negatieve gevolgen voor het milieu. Hieronder bespreken wij de belangrijkste voordelen en nadelen van de chocolade-industrie op ecologisch gebied.

Voordelen:

- Duurzame landbouwmethode vermindert ontbossing en bevordert biodiversiteit (Potma, 2024)
- Biologische cacao gebruikt minder pesticiden en beschermt de bodem (Potma, 2024)
- Innovaties zoals cacaodoppen als biobrandstof verminderen afval en besparen energie (Roggen, 2024)

Nadelen:

- Ontbossing door cacaoteelt draagt bij aan klimaatverandering en biodiversiteitsverlies (Circle, 2024)
- Intensieve landbouw leidt tot bodemuitputting (De Chocoproef, n.d.).
- Chemische pesticiden vervuilen waterbronnen en schaden ecosystemen (De Chocoproef, n.d.)

Circulariteit en de R-ladder

Strategieën om de circulaire economie in de chocolade-industrie te bevorderen:

- Refuse: consumenten bewust maken van minder chocoladeconsumptie.
- Reduce: minder grondstoffen gebruiken bij de productie en in verpakkingen.
- Reuse: herbruikbare verpakkingen en statiegeldsystemen.
- Recycle: gebruik van gerecyclede materialen in verpakkingen.
- Recover: energie opwekken uit reststromen zoals cacaodoppen.

Conclusie

De chocolade-industrie kent grote ecologische uitdagingen, maar duurzame initiatieven en circulaire strategieën kunnen de impact verkleinen. Certificeringen, innovaties in verpakking en transport en alternatieve ingrediënten bieden kansen voor een duurzamere keten.

1.3 Sociale gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten

Introductie

De productie van chocolade brengt veel sociale gevolgen met zich mee zowel positieve gevolgen als negatieve gevolgen. Van deze gevolgen profiteert eigenlijk vaak maar een partij de chocolade industrie heeft dus geen eerlijke balans.

Negatieve gevolgen

Voor kinderen

De productie van chocolade zorgt voor veel negatieve gevolgen in de keten. Met name voor de cacaoboeren in Afrika. Afrika levert namelijk 75% van alle cacao over de hele wereld (Tracé, 2020). En dit gebeurt niet op een eerlijke manier. Op de cacaoplantages is er namelijk vaak sprake van kinderarbeid. In Ivoorkust zijn zo'n 14% van alle werkrachten op cacaoplantages kinderen tussen de 5 en 17 jaar (Beresterk, n.d.-b). Dat zijn 1.303.009 kinderen in totaal. Ook leven de cacaoboeren vaak met een inkomen dat lager is dan de armoedegrens. Cacaoboeren verdienen gemiddeld \$0,78 per dag terwijl ze eigenlijk rond de \$2,16 horen te verdienen (Kiki, 2022). Ook krijgen de kinderen die daar werken slecht tot geen onderwijs. Dit komt doordat de kinderen verplicht aan het werk moeten. Hierdoor hebben ze geen tijd om naar school te gaan. En als er dan toch wel een mogelijkheid was is de kwaliteit van het onderwijs vaak heel slecht.

Voor cacaoboeren

De cacaoboeren moeten vaak leven met een inkomen dat lager is dan de armoedegrens. Cacaoboeren verdienen gemiddeld \$0,78 per dag terwijl ze eigenlijk rond de \$2,16 horen te verdienen (Kiki, 2022). En niet alleen krijgen ze weinig betaald, maar ze de werkomstandigheden zijn er gevaarlijk. De cacaoboeren maken gebruik van gevaarlijke gereedschappen en worden blootgesteld aan giftige pesticiden zonder bescherming. Daarnaast komt er ook nog veel dwangarbeid voor.

Positieve gevolgen

Werkgelegenheid

De vraag naar chocolade is erg groot en moet er dus veel chocolade geproduceerd worden. Er is veel werk nodig op plantages om die cacaobonen te kweken. Hierdoor ontstaan er wel veel werkgelegenheden voor de lokale bevolking in Afrika waar 75% van al de cacao vandaan komt (Tracé, 2020). Niet alleen voor de cacaoboeren ontstaan er meer werkgelegenheden. Er komt namelijk ook meer werk in de verwerking & productie bijvoorbeeld in fabrieken, logistiek & distributie en marketing & verkoop. Al deze extra werkgelegenheden zorgen ervoor dat meer mensen een baan kunnen krijgen.

Inkomen boeren

Doordat de vraag van chocolade groot is en er veel geproduceerd moet worden betekent het dus ook dat er veel cacaobonen nodig zijn. Hierdoor krijgen de cacaoboeren een inkomen al is het niet veel het is ten minste iets. Als dit niet het geval zou zijn was er nog veel meer werkloosheid en armoede op plekken waar nu veel cacao teelt plaats vindt.

Groei lokale economie

De vorige twee factoren: de toename in werkgelegenheid en het inkomen van de boeren zorgen voor een groei in de lokale economie in de landen waar veel cacao teelt plaats vindt. Dit komt doordat er meer mensen kunnen werken en er dus iets meer welvaart in de lokale gemeenschappen ontstaat. Ook al gaat dit vaak gepaard met slechte werkomstandigheden levert het toch wel iets op.

Conclusie

De productie van chocolade heeft zowel positieve als negatieve sociale gevolgen, maar de balans is verre van eerlijk. De negatieve impact treft vooral kinderen en cacaoboeren in Afrika, waar kinderarbeid, lage lonen en slechte werkomstandigheden veel voorkomen. Tegelijkertijd biedt de chocolade-industrie werkgelegenheid en draagt het bij aan de lokale economie, al blijft het inkomen van de boeren vaak te laag. Ondanks de voordelen profiteren vooral grote spelers in de industrie, terwijl de arbeiders aan de basis van de keten nauwelijks een leefbaar bestaan kunnen opbouwen.

Balans

2.1 Huidige balans tussen de financiële, ecologische en sociale gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten

Verticale afstemming tussen de 9 bouwstenen van het 3LC-model

De 9 bouwstenen van het 3LC-model hangen sterk met elkaar samen in de chocolade-industrie. Hieronder volgt de verticale afstemming tussen deze bouwstenen.

Partners, inkoop en lokale gemeenschap

Chocoladebedrijven werken samen met cacao boeren en leveranciers. Door ontbossing en kinderarbeid bij cacaoplantages worden lokale gemeenschappen negatief beïnvloed. Partners kiezen soms voor de goedkoopste optie zonder rekening te houden met milieu en mensenrechten. Duurzame samenwerking zoals via Fairtrade, kan dit verbeteren door eerlijke prijzen te betalen.

Kernactiviteiten, productie en bestuur

Bedrijven streven naar efficiënte productie, maar dit kan milieuschade veroorzaken door hoog energie- en watergebruik. Bestuurlijke keuzes bepalen welke grondstoffen worden ingekocht en welke duurzame maatregelen worden getroffen. Een balans tussen winst en duurzaamheid is noodzakelijk om negatieve gevolgen te beperken.

Mensen en middelen, materialen en medewerkers

Cacaoboeren verdienen vaak te weinig, ondanks hun cruciale rol. Duurzame initiatieven kunnen dit verbeteren door hogere lonen en betere arbeidsomstandigheden. Ook in fabrieken speelt duurzaamheid een rol door milieuvriendelijke verpakkingen te gebruiken en efficiënt te werken.

Waardepropositie, functionele waarde en sociale waarde

Chocoladebedrijven willen kwaliteitsproducten aanbieden met een duurzaam karakter. Fairtrade-certificering verhoogt de sociale waarde door boeren eerlijk te belonen. Dit versterkt het merk en trekt bewuste consumenten aan.

Kanalen, distributie en bereik

Chocolade wordt verkocht via supermarkten, speciaalzaken en online platforms. De logistiek van cacao zorgt echter voor een hoge ecologische voetafdruk. Door lokale productie en kortere ketens kan de milieu-impact worden beperkt.

Klantrelaties, Einde Levensduur en Maatschappelijke Invloed

Klantenbinding wordt versterkt door transparantie over duurzame praktijken. Verpakkingen vormen een probleem bij het einde van de levensduur, vooral als deze niet recyclebaar zijn. Bedrijven die investeren in duurzame verpakkingen bouwen loyaliteit op en verminderen hun ecologische impact.

Klantsegmenten, Gebruik en Eindgebruiker

Chocoladebedrijven richten zich op verschillende consumentengroepen, van massaconsumenten tot bewuste eters. Naarmate klanten meer waarde hechten aan duurzaamheid, passen bedrijven hun productiemethoden aan om te voldoen aan deze vraag.

Inkomstenstromen, Ecologische Voordelen en Sociale Voordelen

Duurzame producten genereren hogere inkomsten door premieprijsen. Fairtrade en biologische producten dragen bij aan positieve maatschappelijke veranderingen, zoals betere lonen en milieubehoud, ondanks hogere productiekosten.

Kostenstructuur, Ecologische Nadelen en Sociale Nadelen

Duurzame productie kost meer, maar draagt bij aan lagere sociale en ecologische lasten. Bedrijven die investeren in duurzame methoden, zoals duurzame landbouwmethodes, verminderen ontbossing en verbeteren de levensomstandigheden van boeren.

Conclusie

De verticale afstemming van het 3LC-model laat zien dat duurzaamheid, winstgevendheid en maatschappelijke betrokkenheid samenhangen. Door bewust keuzes te maken in elke bouwsteen kunnen chocoladebedrijven zowel economisch als sociaal verantwoord opereren.

2.2 Gewenste balans tussen de financiële, ecologische en sociale gevolgen van de productie van het product chocolade in de keten

De gewenste balans tussen de financiële, ecologische en sociale gevolgen van de chocoladeproductie in de keten moet alle belanghebbenden in overweging nemen, van cacaoboeren tot retailers, en zorgen voor eerlijke prijzen, duurzame praktijken en respect voor mensenrechten.

Economisch

Op economisch vlak is het essentieel dat de cacaoboeren een leefbaar inkomen krijgen. Ondanks enkele positieve ontwikkelingen, zoals de verhoging van het inkomen van Fairtrade-boeren, blijven veel boeren onderbetaald. De cacaoprijzen moeten worden verhoogd om boeren een eerlijk inkomen te garanderen. Het voorstel om de cacaoprijs te verhogen en boeren te stimuleren andere gewassen te verbouwen, kan bijdragen aan een grotere economische stabiliteit in de sector. De chocoladefabrieken en groothandels moeten ook zorgen voor eerlijke inkooprijzen, wat kan worden versterkt door wetgeving die de import van cacao zonder kinderarbeid en onder eerlijke omstandigheden reguleert.

Ecologisch

Ecologisch gezien zijn er stappen gezet om ontbossing en milieuschade door cacao-productie te verminderen, maar er is meer nodig. Wetgeving zoals de EU Deforestation Regulation helpt om te voorkomen dat cacao afkomstig is van ontboste gebieden. Cacaofabrieken kunnen ook bijdragen door hun uitstoot van schadelijke stoffen, zoals ammoniak, te verminderen, bijvoorbeeld door innovatieve technieken zoals het gebruik van cacaodoppen als brandstof. Groothandels kunnen bovendien investeren in duurzamere transportmethoden, zoals zeiltransport, om hun ecologische voetafdruk te verkleinen.

Sociaal

Op sociaal gebied moeten de arbeidsomstandigheden worden verbeterd, vooral door kinderarbeid en slavernij tegen te gaan. Ondanks de wetgeving die bedrijven verplicht om kinderarbeid te vermijden, blijft het een probleem in cacao producerende landen. Er moeten strengere controles komen en maatregelen worden genomen om te zorgen dat de wetgeving effectief wordt gehandhaafd, zoals het

invoeren van regelmatige inspecties. Bovendien moeten er initiatieven komen om het onderwijs voor kinderen te bevorderen, zodat ze niet hoeven te werken om in hun levensonderhoud te voorzien.

Conclusie

De balans die we nastreven is een evenwicht tussen een eerlijke prijs voor cacaoboeren, duurzame productiemethoden en respect voor mensenrechten. Dit kan worden bereikt door hogere prijzen voor cacao, strengere handhaving van wetten tegen kinderarbeid en ontbossing, en duurzame innovaties in de productie- en transportketen. Hoewel er al vooruitgang is geboekt, is het belangrijk dat bedrijven, wetgevers en consumenten gezamenlijk blijven werken aan een eerlijke, duurzame en verantwoorde chocolade-industrie.

2.3 Reflectie op de balans op basis van eigen waarden en normen

Introductie

Wij hebben een duurzaam chocolademerken bedacht. De doelgroep die het product heeft, zijn statusbewuste verduurzamers. Om een goed beeld te geven over wie statusbewuste verduurzamers zijn, hebben we een persona gemaakt.



Luna de Vries
 EcoPlaza

Leeftijd: 32 jaar	Woonplaats: Utrecht
Geslacht: vrouw	Opleiding: Bio Inspired Innovation
Burgerlijke staat: Single	Woonruimte: studentenhuis

BIOGRAFIE

Signora is een succesvolle, sociale en modieuze vrouw. Ze wil een duurzame levenswijze combineren met luxe en status. Voor haar betekent duurzaamheid niet alleen iets goeds doen voor de planeet, maar ook een bewuste lifestyle uitstralen. Ze volgt trends op het gebied van duurzame mode en technologie en wil graag de haar needs uitdragen bijdragen aan een groen imago.

MERKTROUW

- Bekende merken geven vertrouwen, maar prijs speelt ook een grote rol.
- Hij geeft de voorkeur aan merken die duurzaam en authentiek zijn.
- Ze heeft het gevoel dat kwaliteit en nieuwe producten.

FRUSTRATIES EN MOTIVATIES

- Koningsdag: Ze wil graag bij premium duurzame merken zoals Stella McCartney, Veja en Felle. Ze is bereid meer te betalen voor producten met een duurzaam imago.
- Motivatie: Ze waardeert merken die transparantie bieden over duurzaamheid en ethische productie. Ze wil ook "fair trade" en "CO2 neutral" merken zien.
- Digitale voorkeuren: Ze is actief op LinkedIn en Instagram, maar ze waardeert blogrecensies, deels en volgt. Ze heeft zich ingescreven voor influencers en high-end duurzame merken.
- Mobiliteit: Rijdt een elektrische auto (Tesla Model 3) en gebruikt een OV-fiets in de stad.

INTERESSES

- Wellness en mindfulness
- Luxen
- Chocolaten reizen
- Planten kweken

GEDRAG EN BEHOEFTE

- Koningsdag: Ze wil graag bij premium duurzame merken zoals Stella McCartney, Veja en Felle. Ze is bereid meer te betalen voor producten met een duurzaam imago.
- Motivatie: Ze waardeert merken die transparantie bieden over duurzaamheid en ethische productie. Ze wil ook "fair trade" en "CO2 neutral" merken zien.
- Digitale voorkeuren: Ze is actief op LinkedIn en Instagram, maar ze waardeert blogrecensies, deels en volgt. Ze heeft zich ingescreven voor influencers en high-end duurzame merken.
- Mobiliteit: Rijdt een elektrische auto (Tesla Model 3) en gebruikt een OV-fiets in de stad.

MEDIAGEDRAG





TikTok Instagram LinkedIn

SOCIALE ACTIVITEITEN EN EVENEMENTEN

- Sociale media (Instagram, LinkedIn, Pinterest)
- Duurzame modeweekend en concept stores
- Evenementen zoals duurzaam lifestylebeurzen en netwerkevenementen
- High-end evenementen zoals Vogue Green Edition en Kopenhagen

FAVORIEETE MERKEN







We hebben ook een logo en naam bedacht. Als naam hebben we Sustainabite bedacht. De reden waardoor wij deze naam hebben gekozen, is omdat het staat voor duurzaamheid en genieten in een hoop. We hebben gekozen voor simpele logo. Sustaina in het groen en bite het bruin. Groen staat voor duurzaamheid en bruin voor chocola.

Ideeën

We hebben een aantal ideeën bedacht statusbewust verduurzamers ‘tevreden’ te houden. Wat de ideeën zijn, zal je hieronder zien.

Leefomstandigheden verbeteren

Een groot probleem van de cacao-industrie is de leefwijze die de cacaoboeren hebben. Vooral in West-Afrika is dit het geval. Ze verdienen slechts 80 dollarcent per dag terwijl een boer ruim 2 dollar moet verdienen om te kunnen rondkomen, een probleem dus. Gelukkig heb je bedrijven, zoals Fairtrade die zich inzetten voor de boeren (Kiki, 2022).

Kinderarbeid

Er werken veel kinderen in cacaoplantages, De reden daarvoor, is omdat boeren daar weinig geld verdienen, waardoor kinderen moeten werken (Chocoproef, n.d.). Dit willen we verbeteren door boeren meer geld te laten verdienen en school aantrekkelijker maken voor kinderen door bijvoorbeeld eten op school aan te bieden.

Land opkopen

Land opkopen voor boeren is ook iets waar we in willen investeren. Als je land opkoopt, kan je baanzekerheid creëren voor cacaoboeren, want stel een boer heeft een misoogst, dan zal hij/zij niets verdienen. Het is ook goed voor het milieu, want als je land opkoopt van boeren, zorgt dat ervoor dat je meer kan investeren in milieuvriendelijke plantages. Boeren in West-Afrika hebben namelijk niet veel geld, waardoor ze lastig kunnen rondkomen, laat staan investeren in een milieuvriendelijke plantage. Mocht er financieel iets fout gaan, kan je altijd grond verkopen.

Druppelirrigatie

Een duurzame oplossing is het gebruik van druppelirrigatie. Druppelirrigatie brengt vele voordelen met zich mee. De grootste is natuurlijk minder watergebruik. Het water dat je bespaart, kan je geven aan de werknemers, maar ook aan dieren, want dieren kunnen positieve impact hebben op het milieu. Dieren kunnen bijvoorbeeld bosbranden verminderen en koolstof in de vegetatie en de bodem vast te houden (University of Oxford, 2022).

Cacaodoppen

De fabrieken waar wij onze chocolade laten verwerken gebruiken cacaodoppen. Dit zijn resten van cacaobonen. Deze cacaodoppen worden omgezet in energie voor de fabrieken en dat zorgt voor 50% minder aardgasverbruik en CO₂-uitstoot bij fabrieken. Hierdoor zal de gezondheid van de werknemers en het milieu verbeteren.

Fabrieken voor milieu

In 2022 zijn cacaofabrieken slecht in het nieuws gekomen. Dit kwam doordat er veel ammoniak werd uitgestoten zonder het te vermelden. Rondom de fabriek ligt er veel natuur met een

Natura-2000-status (Kro-Ncrv, 2022). Om dat gebied te beschermen, gaan we een deel van de omzet besteden naar onderzoek om hoe je de Natura-2000-status kunt beschermen, maar er zal niet alleen onderzoek worden gedaan. We gaan ook gelijk de natuur helpen door bijvoorbeeld bomen te planten. Dit is goed voor het milieu en goed voor het imago, want dit kan je als USP gebruiken.

Zeilschepen

Het gebruik van zeilschepen is heel erg duurzaam. Deze schepen gebruiken wind als belangrijkste energiebron, wat ervoor zorgt dat je de uitstoot fors vermindert. Als je zeilschepen gebruikt, kan je op een groene manier cacao transporteren (Redactie wist-je-dat.nl, 2024).

De marketingmix 4 P's

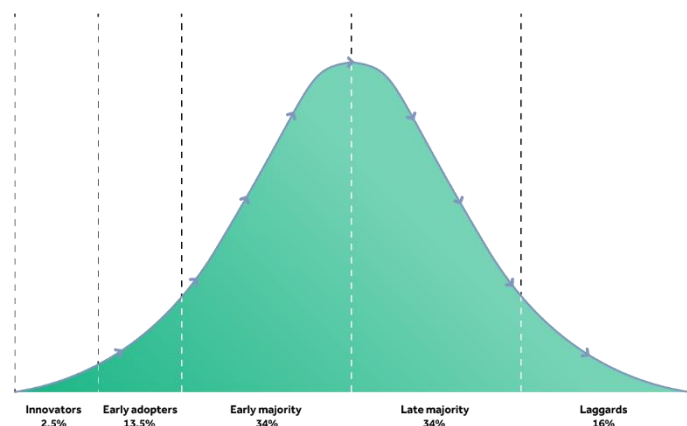
Product	Wij richten ons vooral op people en planet, aangezien de statusbewuste verduurzamers dit het liefst willen. Het product zal zo gezond mogelijk zijn in hoeverre chocola gezond kan zijn.
Plaats	Onze Fairtrade-chocolade wordt verkocht in winkels die passen bij onze waarden van duurzaamheid en ethiek. Biowinkels zoals Ekoplaza en De Natuurwinkel trekken bewuste consumenten aan. Supermarkten zoals Albert Heijn, Jumbo en Lidl bieden een breed publiek de kans om voor Fairtrade-opties te kiezen. Daarnaast worden specialistische chocoladewinkels zoals Chocolaterie Pierre en Chocoladefabriek bediend, waar liefhebbers van premium chocolade ook waarde hechten aan herkomst en ethiek. Ook maken we een online webshop waar we de nadruk op het ethisch en duurzame aspect van ons product op leggen. We zetten er de resultaten neer die we hebben behaald dankzij ons duurzame en ethische product. Dit gebruiken we later ook voor de promotie.,
Prijs	De totale kosten voor onze Fairtrade-chocolade bedragen €23,25 per eenheid. Dit omvat €6,25 voor hoogwaardige, duurzame ingrediënten zoals cacao en biologische suiker, en €1,25 voor eco-vriendelijke verpakkingen. Logistiek en transport kosten €2,50, terwijl we €2,75 investeren in duurzaamheidsinitiatieven, zoals landaankoop voor boeren en innovatieve landbouwtechnieken.

	Daarnaast zijn er overige kosten van €10,50. Hiermee waarborgen we een ethisch en duurzaam productieproces.
Promotie	Onze promotiestrategie richt zich op statusbewuste verduurzamers door luxe te combineren met ethiek. We gebruiken krachtige storytelling om de impact van onze Fairtrade-chocolade te benadrukken, met premium verpakkingen en duurzame keurmerken. Samenwerkingen met influencers, tastings in exclusieve winkels en beleavingsgerichte campagnes versterken de merkwaarde. Door transparante content en community-building laten we consumenten zien hoe hun keuze bijdraagt aan een eerlijkere wereld. Ook gaan we zelf op social media om onze chocolade te promoten. Dit doen we door middel van korte filmpjes te plaatsen op Instagram en Facebook waar onze doelgroep het meest aanwezig is. In die filmpjes zorgen we dat onze storytellingsto en merkwaarde goed naar voren komt.

Duurzaamheidsadoptiemodel

3.1 Adoptie van een duurzame versie van het product chocolade voor de doelgroep statusbewuste verduurzamers uit het Duurzaamheidsadoptiemodel

Ons nieuwe duurzame chocolademerkt Sustainabite speelt in op de behoeften van statusbewuste verduurzamers, een doelgroep die duurzame keuzes maakt om zowel ecologische impact te verminderen als een bewuste levensstijl uit te dragen. Deze doelgroep is materialistisch ingesteld en houdt van exclusiviteit. De status bewuste verduurzamers vinden het niet erg om een duurdere prijs te betalen zolang het maar een cool merk. Is het merk dan ook nog duurzaam en vernieuwend is het helemaal goed. Om de adoptie van onze duurzame bonbons te stimuleren, richten we ons op drie punten:



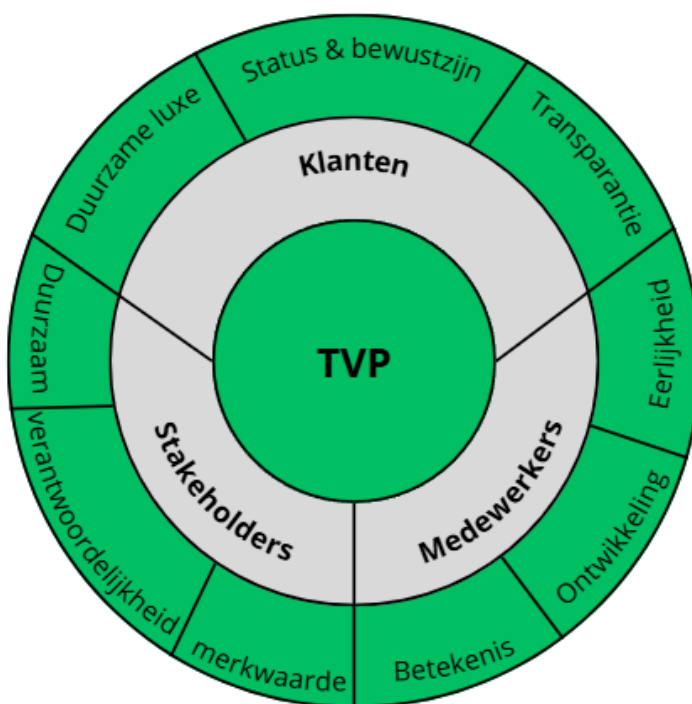
- **Transparantie en herkomst:** We communiceren duidelijk over de duurzame herkomst van onze cacao, de eerlijke handelsvoorwaarden en de milieuvriendelijke productiemethoden.

- Premium ervaring: Onze bonbons bieden een luxe smaakervaring met hoogwaardige ingrediënten en een verfijnde presentatie, waardoor duurzaamheid en status duidelijk wordt gemaakt.
- Sociale en ecologische impact: Door een deel van de opbrengst te investeren in duurzame cacao-initiatieven en eerlijke lonen voor boeren, maken we het voor de consument aantrekkelijk om bij te dragen aan een positieve verandering.

Met deze strategie sluiten onze chocoladebonbons perfect aan bij de waarden en motivaties van statusbewuste verduurzamers, waardoor de adoptie binnen deze doelgroep wordt vergroot. Deze doelgroep wordt ook gekenmerkt als global citizens en houden van reizen wat er ook voor zorgt dat ze een enorm grote voetafdruk achterlaten.

Duurzaam verleiden

4.1 Waardepropositie voor de statusbewuste verduurzamers (derde doelgroep uit het Duurzaamheidsadoptiemodel) voor het product chocolade



Klanten

Onze klanten zijn consumenten die luxe en kwaliteit waarderen, maar ook bewust kiezen voor duurzaamheid en ethische productie. Ze willen niet alleen genieten van premium chocolade, maar ook een statement maken door te investeren in producten met een positieve impact op mens en milieu.

- **Duurzame Luxe:** Geniet van luxe chocolade dat ethisch verantwoord is en geproduceerd met fairtrade cacao.
- **Transparantie:** volledige inzicht in herkomst en productie, zodat je bewuste keuzes kunt maken. We zetten achter op de verpakking zelfs nog neer hoe de prijs is opgebouwd.
- **Status en bewustzijn:** Door duurzame chocolade te kopen, straalt je een vooruitstrevende en maatschappelijk betrokken levensstijl uit.

Medewerkers

Onze medewerkers zijn toegewijde vakmensen die passie hebben voor chocolade en duurzaamheid. Ze zoeken een veilige werkomgeving, eerlijke lonen en kansen om zich professioneel te ontwikkelen.

- **Eerlijkheid:** Een veilige werkomgeving met eerlijke lonen en groeimogelijkheden.
- **Ontwikkeling:** Kansen en trainingen om persoonlijke ontwikkeling te maken en om door te groeien binnen de industrie.
- **Betekenis:** Werken aan een product dat niet alleen lekker is, maar ook bijdraagt aan het maken van een betere wereld,

Stakeholders

Onze stakeholders bestaan uit investeerders, leveranciers, NGO's en retailpartners die waarde hechten aan maatschappelijk verantwoord ondernemen

- **Duurzaam:** Duurzame winstevendheid door groei op lange termijn met ethische en transparante bedrijfs management.
- **Verantwoordelijkheid:** Investeren in duurzame innovatieve productiemethoden en eerlijke handel.
- **Merkwaarde:** Een sterke merkwaarde dat zich onderscheidt door impact en kwaliteit.

Literatuurlijst

- Beresterk. (z.d.). *Eos Tracé*. Geraadpleegd op 12 maart 2025, van <https://eostrace.be/traces/trace-van-chocolade/categorie/sociaal>
- Beresterk. (z.d.-b). *Eos tracé*. <https://eostrace.be/traces/trace-van-chocolade/categorie/sociaal>
- Cacao-barry. (z.d.). *Our Fairtrade & Rainforest Alliance certified chocolates* | Cacao-barry. <https://www.cacao-barry.com/nl-BE/our-fairtrade-rainforest-alliance-certified-chocolates>
- chreijen, J. B. S. (2024, 17 september). Koopkrachtwaarschuwing: chocoladeprijzen stijgen verder - Rabobank. *Rabobank*. <https://www.rabobank.nl/kennis/s011441388-koopkrachtwaarschuwing-chocoladeprijzen-stijgen-verder>
- Circle, C. (2024, 30 april). HOE ZIET DE TOEKOMST VAN CACAO ERUIT VOOR TELERS EN CONSUMENTEN? » Cocoa Circle. *The Cocoa Circle*. <https://cocoacircle.com/nl/hoe-ziet-de-toekomst-van-cacao-eruit-voor-telers-en-consumenten/?>
- De 5 hoofdrolspelers. (z.d.). *Tony's Chocolonely*. <https://nl.tonyschocolonely.com/pages/de-5-hoofdrolspelers>
- De Adelhart Toorop, R. (2021, 24 november). Op weg naar de echte prijs. *Nederland Voedselland*. <https://nederlandvoedselland.nl/op-weg-naar-de-echte-prijs/>
- De Chocoproef. (z.d.). Kinderarbeid het gevolg van structurele armoede - De Chocoproef. *De Chocoproef*. <https://www.chocoproef.nl/research/article/kinderarbeid-het-gevolg-van-structurele-armoede>
- De Chocoproef. (z.d.). *Schadelijke landbouwmethodes - De Chocoproef*. <https://chocoproef.nl/research/article/schadelijke-landbouwmethodes>
- Hiske. (2025, 11 februari). Fairtrade versus Rainforest Alliance: wat is het verschil? *Van Duijnen Koffie*. <https://vanduijnen.nl/fairtrade-vs-rainforest-alliance-het-verschil/?>
- Kiki. (2022, 5 april). Waarom ontvangen cacaoboeren geen leefbaar inkomen? - Fairtrade Nederland. *Fairtrade Nederland*. <https://www.fairtradenederland.nl/nieuws/waarom-ontvangen-cacaoboeren-geen-leefbaar-inkomen/>
- Kro-Ncrv. (2022, 29 augustus). Vervuilende cacaofabriek Zaandam zweeg jarenlang over uitstoot. *KRO-NCRV*. <https://pointer.kro-ncrv.nl/vervuilende-cacaofabriek-zaandam-zweeg-jarenlang-over-uitstoot>
- Large mammals can help climate change mitigation and adaptation. (2022, 3 maart). https://www-ox-ac-uk.translate.google/news/2022-03-03-large-mammals-can-help-climate-change-mitigation-and-adaptation?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=nl&_x_tr_hl=nl&_x_tr_pto=rq
- Lebeau, M., Van De Syne, P., WWF Belgique, WWF-Brazil, BTA, ECAM Cooperatieve, UCLouvain, Voice Network, Mars, Accountability Framework Initiative, Belvas, BOS+, FOD Volksgezondheid, WWF-Brazilië, Fairtrade België, Rainforest Alliance, WWF-France, & Climate Defiance. (2023). *Ontbossing bij de wortel aanpakken: 400 dagen om toe te passen*. CACAO-CONFÉRENTIE: EEN TOEKOMST CULTIVEREN ZONDER ONTBOSSING. https://wwf.be/sites/default/files/inline-images/Livret_WWF_nl_WEB.pdf?
- Maatschappelijk Verantwoorde Ketens. (z.d.). In <https://edepot.wur.nl/328474>. edepot.
- Milieu Centraal. (z.d.). *Cacao, chocola en milieu*. <https://www.milieucentraal.nl/eten-en-drinken/tropische-producten/cacao/?>
- Ontbossing - de chocoproef. (z.d.). *De Chocoproef*. <https://www.chocoproef.nl/research/article/ontbossing?>
- Potma, M. (2024, 9 januari). Cacao tegen Ontbossing — margopotma. *Margopotma*. <https://www.margopotma.com/publications/cacao-tegen-ontbossing?>
- Redactie wist-je-dat.nl. (2024, 27 september). De toekomst van verzending: zeilende vrachtschepen en andere duurzame transportinnovaties - wist-je-dat.nl. *wist-je-*

[dat.nl. https://wist-je-dat.nl/de-toekomst-van-verzending-zeilende-vrachtschepen-en-andere-duurzame-transportinnovaties/](https://wist-je-dat.nl/de-toekomst-van-verzending-zeilende-vrachtschepen-en-andere-duurzame-transportinnovaties/)

- Roggen, M. (2024, 6 februari). *Partners for Innovation*. <https://partnersforinnovation.com/nl/vooral-restproducten-cacao-hebben-gevolgen-voor-klimaat/?>
- Rusman, A., De Adelhart Toorop, R., Van Den Elzen, F., Varoucha, E., Scholte, M., & True Price team. (2018b). The True Cost of Cocoa. In *Tony's Chocolonely 2018 Progress Report*. <https://trueprice.org/wp-content/uploads/2022/09/Impact-Institute-The-True-Cost-of-Cocoa.-Progress-Tonys-Chocolonely-2018.pdf>
- Universiteit Utrecht. (z.d.). *Decennia van duurzaamheidslabels*. Wat nu? <https://www.uu.nl/organisatie/verdieping/decennia-van-duurzaamheidslabels-wat-nu?>

Promptlijst

wat is het marktaandeel van tony cholonley in ndernalda

Tony's Chocolonely maakt opnieuw verlies...

Tony Chocolonely boekt recordomzet maar lijdt...

Tony's Chocolonely boekt recordomzet, ma...

 rtl

 fonk magazine

 retail trends

+5 sources

 Perplexity

Het marktaandeel van Tony's Chocolonely in Nederland is recentelijk gedaald van **17,1%** naar **16,5%** binnen de categorie chocoladerepen ¹ ³. Dit betekent dat het bedrijf nog steeds een belangrijke speler is op de Nederlandse markt, ondanks de lichte daling.

Share

Rewrite

Bijlagen