

FUTURE TOGETHER GREEN

Duurzaamheidsmagazine editie 2026

Samen bouwen aan morgen

Van gezamenlijke
ambitie naar
blijvende impact

Innovatie voor duurzame groei

Die werkt voor mens,
milieu én maatschappij



V&P
Van der Plas
Group

Inhoudsopgave

In dit magazine lees je hoe wij bouwen aan een duurzame toekomst. We nemen je mee in onze strategie, de keuzes die we maken en de impact die we realiseren. Transparantie staat centraal: over wat goed gaat, maar ook over waar we nog willen groeien. De inhoudsopgave hieronder wijst je de weg langs onze belangrijkste thema's en resultaten.

4. [Voorwoord](#)
6. [2025 in 1 oogopslag](#)
8. [Future – Together – Green](#)
10. [Duurzame strategie](#)
12. [Interview Thomas VDP](#)
14. [Gedragscode voor de sierteelsector](#)
16. [Handel over de hele wereld](#)
18. [Ambities \(roadmap 2025-2030\)](#)
20. [Interview Jos RFP](#)
22. [Waarde keten](#)
24. [De wereld om ons heen](#)
26. [ESG \(Environment, Social en Governance\)](#)
28. [Environment in ESG](#)
30. [Interview Anthesis](#)
32. [FSI \(Floriculture Sustainability Initiative\)](#)
34. [Interview team Greenflor](#)
36. [Onze certificeringen](#)
37. [Wat doen bloemen en planten met je?](#)
38. [In gesprek met 4-Bulk](#)
40. [Social in ESG](#)
42. [Van der Plas Group Foundation](#)
43. [Analyse HR data](#)
44. [Governance in ESG](#)
46. [Begrippenlijst](#)

2025 in 1 oogopslag

pagina 6

**Waardeketen
in beeld**

pagina 22

Colofon

Coördinatie en Teksten:

Mariska van Dommelen - Communicatie en marketing

Jeroen van Splunter - Manager CSR

Vormgeving: More than that

Fotografie: The Brand Club

Dank aan alle medewerkers van Van der Plas Group die hun bijdrage hebben geleverd aan dit magazine.



"Structureel onderdeel zijn van een duurzamere keten."

Beste lezer,

Duurzaam ondernemen is vandaag geen keuze meer, maar een voorwaarde om als bedrijf te blijven bestaan. Klanten, leveranciers, wetgeving én onze eigen medewerkers verwachten dat we verantwoordelijkheid nemen. Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) helpt ons daarbij: het is het kompas dat richting geeft aan hoe we omgaan met milieu, mensen en goed bestuur.

Voor ons betekent dat concreet minder uitstoot en verspilling, investeren in de ontwikkeling en gezondheid van onze mensen en zakendoen op een eerlijke en transparante manier. Het gaat niet om losse projecten, maar om structureel onderdeel zijn van een duurzamere keten.

"We doen dit niet omdat het moet, maar omdat we het willen. Omdat we geloven dat een toekomstbestendig bedrijf begint bij verantwoordelijkheid nemen, voor onszelf, voor elkaar, en voor de wereld om ons heen."

Maar eerlijk is eerlijk: dit bereiken we niet alleen. We hebben onze medewerkers, klanten, kwekers en leveranciers nodig. Alleen samen kunnen we de keten verbeteren en zorgen dat we ook over tien, twintig jaar nog met trots ons vak uitoefenen.

Dit magazine laat zien hoe wij vandaag al stappen zetten. Het vertelt de verhalen van mensen binnen en buiten onze organisatie die elke dag werken aan slimmer, schoner en socialer ondernemen. Ik nodig jullie uit om te lezen, te leren en waar mogelijk mee te doen. Want duurzaamheid is geen eindpunt, maar een gezamenlijke reis.

Met hartelijke groet,

Wim van der Plas
CEO Van der Plas Group

2025 in één oogopslag



Duurzame inkoop:
Bloemen **76%**,
Planten **89%**
Totaal **72,1%**



Ingekocht bij **1.465**
leveranciers met
FSI2025 compliance



Ingekocht bij **2.772**
leveranciers met 1 of
meerdere duurzaamheids-
certificaten



Sinds
1971



3 divisies met
daaronder **10**
merken



80 locaties



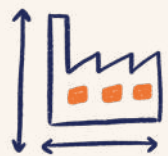
Aantal zonnepanelen:
3.800 stuks:
opgewekt 1.124.885 KWH
(430 huishoudens)
+ 10% t.o.v 2024



100%
windenergie uit NL



CO2 uitstoot 2025
(scope 1 & 2):
1.934 ton
-3% tov 2024



115.000 m²
bedrijfsoppervlakte
in Nederland



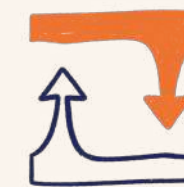
857 collega's



26 Goede doelen
gesteund vanuit de
foundation



> 1 miljard
bloemen en
planten verwerkt



Aantal landen
import/export
65 landen



2.157 ton kg afval
in 2025. Hiervan wordt
90% volledig gerecycled
en gebruikt als nieuwe
grondstof. 10% is restafval.



Groeien én bloeien doe je niet alleen. Van der Plas Group is een familie van bedrijven sinds 1971. Ieder bedrijf heeft zijn eigen identiteit, maar gezamenlijk zetten we met ons brede assortiment aan bloemen, planten en decoratie materialen in op duurzame groei. De kernwaarden betrokken, verbindend en ondernemend zijn hierbij essentieel.

Het motto van de duurzaamheidsvisie van Van der Plas Group (VDP Group) is 'Verduurzamen doe je samen'.

We beseffen dat onze manier van werken impact heeft op de mens en het milieu. Daarom speelt de verduurzaming een belangrijke rol in keuzes en afwegingen die we maken in ons dagelijks werk, maar ook bij toekomstige projecten en aanpassingen in onze bedrijfsvoering.

Sustainable Development Goals

De Sustainable Development Goals (SDG's) zijn 17 doelen die in 2015 zijn vastgesteld door de Verenigde Naties als onderdeel van de Agenda 2030. Ze vormen een wereldwijde oproep om vóór 2030 armoede te beëindigen, de planeet te beschermen en welvaart voor iedereen te bevorderen.

Om onze visie hierop ons nog meer "eigen" te maken, hebben wij de SDG's op de bedrijfsdoelstellingen, de mens en de planeet vertaald naar **Future – Together – Green**.



Future – Innovatie en duurzame groei

- Investeren in nieuwe technologie, data en energiezuinige faciliteiten.
- Slimmer groeien door digitale innovatie. We zetten in op data, filters, labels en technologie die verspilling tegengaan en de klantbeleving verbeteren. Zo maken we onze groei duurzaam én relevant.
- Zero Carbon Footprint in 2030 als stip op de horizon. Dat vraagt keuzes: van elektrificatie van ons wagenpark tot het plaatsen van zonnepanelen en het verduurzamen van onze koelinstallaties.



Together – Mensen en samenwerking centraal

- Goed werkgeverschap: veilige werkplek, gezonde balans, opleidingen en ontwikkeling.
- Samenwerking in de keten (kwekers, leveranciers, klanten) voor gecertificeerde en eerlijke producten.
- Vergroten van bewustwording en betrokkenheid van medewerkers bij duurzaamheid.



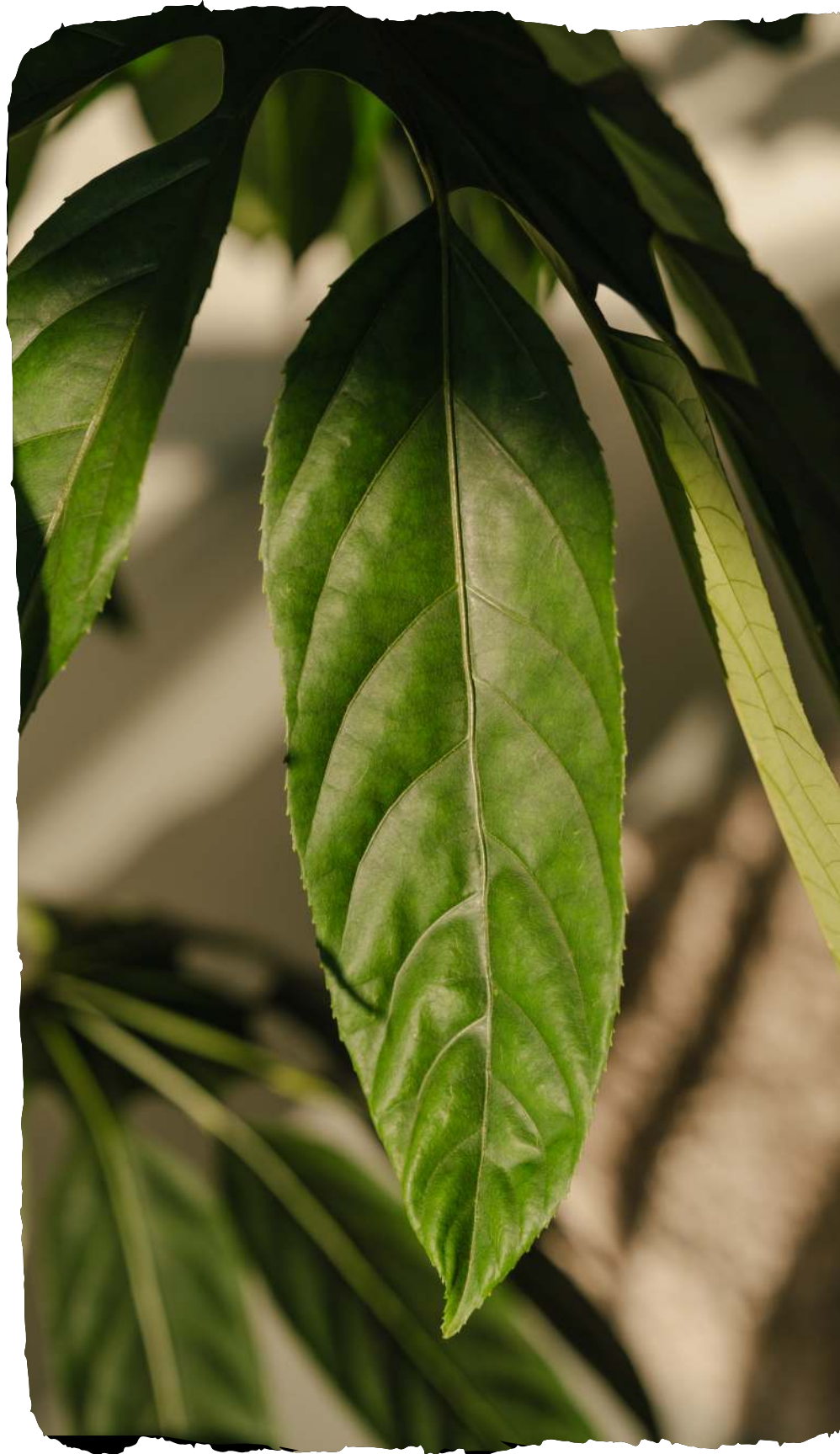
Green – Circulaire en verantwoorde bedrijfsvoering

- Momenteel (begin 2026) 83% gecertificeerde inkoop, doel naar 100% in 2027. We voeren het gesprek met onze kwekers en helpen ook nicheleveranciers om stappen te zetten. Samen maken we de keten transparanter en sterker.
- We werken toe naar >95% afvalscheiding. Met herbruikbare trays, slimmere verpakkingen en betere scheiding zetten we afval om in waarde.
- Energie: LED, zonnepanelen, warmtepompen en hergebruik van afvalwater.

Duurzame strategie

Greenflor, VDP en RFP delen hun aanpak

Duurzaamheid klinkt groot en soms een beetje vaag. Toch krijgt het binnen onze bedrijven steeds meer een gezicht. Of je nu spreekt met Thomas Zuijderduijn (VDP), Jos Roodenburg (RFP) of het team van Greenflor: steeds hoor je hetzelfde terug: duurzaamheid is niet iets dat je ernaast doet, maar een manier van werken die overal in doorloopt.



Bij VDP vertelt Thomas dat de duurzame strategie draait om het structureel verminderen van afval, het inzetten van herbruikbare materialen en het investeren in energiezuinige technologieën zoals zonnepanelen, nieuwe koelcellen en robotisering. Daarnaast professionaliseert VDP zijn processen door datagedreven te werken en transparanter te rapporteren, zodat het bedrijf efficiënter opereert én voldoet aan wet- en regelgeving. [Lees hier het hele artikel met Thomas.](#)

Jos van RFP legt de nadruk op een duurzame strategie waarin ketensamenwerking, transparantie en het verkleinen van de footprint centraal staan, onder andere via energiezuinige teelt, strengere controles en slimmere verpakkings- en logistieke oplossingen. Daarnaast ziet hij medewerkers als essentieel onderdeel van duurzaamheid, met aandacht voor werkdruk, inzetbaarheid en procesoptimalisatie via data en technologie. [Lees hier het hele artikel met Jos.](#)

Het team van Greenflor schetst de uitdagingen van een nichemarkt met seizoens- en wildplukproducten, waar certificeringen vaak nog ontbreken. Via het internationale Wild Harvest-project worden nieuwe normen ontwikkeld, waarbij niet alleen de exporteur maar ook de plukkers stap voor stap worden geholpen met certificering. [Lees hier het hele artikel met het team van Greenflor.](#)

Wat al deze voorbeelden met elkaar gemeen hebben?

Ze sluiten aan bij een groter plan waar steeds meer bedrijven in de sector mee aan de slag gaan: SBTi en PPWR.

- **SBTi** draait om het verlagen van de uitstoot van broeikasgassen, zoals CO₂. Zodat ze meewerken aan het Klimaatakkoord van Parijs (wereldwijde afspraak uit 2015 waarin landen beloven om de opwarming van de aarde te beperken tot ruim onder 2 graden, en liefst tot 1,5 graden).

- **PPWR** kijkt breder dan alleen CO₂. Het gaat ook om goede werkomstandigheden (**P**eople), zuinig omgaan met water (**W**ater), minder afval (**W**aste) en slim gebruik van grondstoffen (**R**esources).

Zo bouwen we aan een sector die goed is voor mens, milieu én toekomstbestendig is.





Thomas Zuiderduijn

“Met name grotere klanten vragen steeds vaker om inzicht in data.”

Begin 2026 mocht Van der Plas Flowers and Plants (VDP) twee nieuwe directieleden verwelkomen: Willem van der Plas jr. en Thomas Zuiderduijn. Twee ambitieuze jonge mensen die het 55-jarige familiebedrijf willen versterken en toekomstbestendig positioneren. In het kader van duurzaamheid spraken wij met Thomas Zuiderduijn over de koers van VDP.

Ons gesprek vindt plaats kort na de eerste strategische sessie van de nieuwe directie. “We vinden het enorm belangrijk om onze collega’s mee te nemen in onze plannen voor de komende jaren,” vertelt Thomas. “De markt staat onder druk. We zijn nog steeds een grote speler, maar als we dat willen blijven, moeten we scherp kijken naar hoe we georganiseerd zijn en waar we naartoe willen.”

Back on track

VDP kent van oudsher een sterke ondernemingsmentaliteit. Die mentaliteit heeft in belangrijke mate bijgedragen aan het succes van het bedrijf. Tegelijkertijd nemen de uitdagingen toe: stijgende kosten, een afnemend aantal bloemisten, foutgevoeligheid in leveringen en een kritischer blik vanuit media en maatschappij op de sector. “De wereld om ons heen verandert in rap tempo,” zegt Thomas. “Dat vraagt om bijsturing. Of zoals ik het noem: we moeten weer back on track komen.” Die koerswijziging zit volgens hem niet in één grote ingreep, maar in het aanbrengen van meer structuur, duidelijke kaders en het versterken van de organisatie.

Investeren in mensen

Een belangrijk onderdeel van die strategie is investeren in duurzame inzetbaarheid. “We willen onze collega’s actief betrekken bij onze plannen en hen ondersteunen in hun ontwikkeling,” aldus Thomas. “Dat doen we via opleidingen, cursussen en on-the-job begeleiding. Maar ook door duidelijke functieprofielen en heldere taakafbakening. Collega’s moeten weten: wat betekent dit concreet voor mij?” Eigenaarschap speelt daarin een centrale rol. “Veel collega’s hebben dat ondernemerschap van nature in zich. Door duidelijke kaders te scheppen, ontstaat focus en duidelijkheid. Dat helpt mensen om verantwoordelijkheid te nemen.” De directie wil daarin het goede voorbeeld geven. Transparantie en toegankelijkheid zijn belangrijke waarden. “We willen een cultuur waarin collega’s met vragen, ideeën of kritiek naar ons toe kunnen komen. Zonder wrijving geen glans, juist feedback helpt ons om beter te worden.”

Duurzaamheid als randvoorwaarde

Duurzaamheid is volgens Thomas geen tijdelijke trend, maar een continu proces. “Met name grotere klanten vragen steeds vaker om inzicht in data. Duurzaamheid is een randvoorwaarde geworden voor professioneel ondernemerschap. We moeten laten zien dat we dit serieus nemen en dat we onze verantwoordelijkheid pakken.” Tegelijkertijd benadrukt hij dat duurzaamheid en rendement hand in hand kunnen gaan. “Er wordt soms gezegd dat je er ‘geen steel meer door verkoopt’, maar dat beeld klopt niet altijd. Afvalreductie en circulaire oplossingen leveren ook financiële voordelen op. Denk aan het gebruik van herbruikbare kratten.” VDP investeerde de afgelopen jaren fors in zonnepanelen en nieuwe, energiezuinige koelcellen. Investeren die bijdragen aan lagere energiekosten en een kleinere ecologische voetafdruk. Ook robotisering maakt onderdeel uit van de verduurzamingslag. Vorig jaar werd

een robotarm in gebruik genomen; er volgen er nog twee. “Dat verlaagt de werkdruk en maakt ons proces efficiënter. Zo creëren we ruimte voor medewerkers om meer waarde toe te voegen.”

Van ondernemingsorganisatie naar procesorganisatie

Wet- en regelgeving, zoals de CSRD, raakt de volledige keten: van inkoop tot consument. Het vraagt om transparantie, inzicht in afvalstromen en duidelijke rapportage richting stakeholders. “Data zijn cruciaal,” zegt Thomas. “Je moet kunnen meten, aantonen en onderbouwen waar je staat. Alleen zo kun je gerichte doelstellingen formuleren en mensen meenemen in de verandering.” Ook technologie en AI spelen daarin een belangrijke rol. “We groeien van een ondernemingsorganisatie naar een procesorganisatie. De bloemenbranche is traditioneel, maar juist daarom is het belangrijk nu stappen te zetten. Digitalisering, data-analyse en automatisering helpen ons om slimmer, efficiënter en minder foutgevoelig te werken. Dat is essentieel voor onze toekomst.”



Een familiebedrijf in transitie

Met deze aanpak ontwikkelt VDP zich verder tot een professioneel en toekomstgericht bedrijf. De kern van het familiebedrijf, ondernemerschap en betrokkenheid, blijft behouden, maar wordt aangevuld met structuur, data en duidelijke langetermijndoelen. VDP laat daarmee zien dat duurzaamheid, professionalisering en continuïteit geen losse thema’s zijn, maar onlosmakelijk met elkaar verbonden. Een robuust familiebedrijf in transitie, met een duidelijke koers richting een toekomstbestendige organisatie.

Gedragcode voor de sierteeltsector

In september 2022 sloten partijen uit de sierteeltsector, waaronder brancheorganisaties, bedrijven, vakbonden, maatschappelijke organisaties en de overheid, het IMVO-Convenant Sierteeltsector. Gezamenlijk spraken zij af om te werken aan een duurzamere en eerlijkere internationale keten.

Het convenant richt zich op het verbeteren van arbeidsomstandigheden, het respecteren van mensenrechten en het beperken van negatieve milieueffecten binnen de keten. De afspraken zijn gemaakt op basis van internationale richtlijnen zoals de OESO-richtlijnen en de VN-Verdragen voor mensenrechten.

Als onderdeel van deze samenwerking is een gedragscode opgesteld, gebaseerd op 12 principes die richting geven aan verantwoord ondernemen in de sector.

In de bijlage vind je deze gedragscode in één overzicht. De principes vormen een basis om samen invulling te geven aan maatschappelijk verantwoord ondernemen binnen onze dagelijkse praktijk.



new edition coming

Gedragcode



VOOR DE SIERTEELTSECTOR

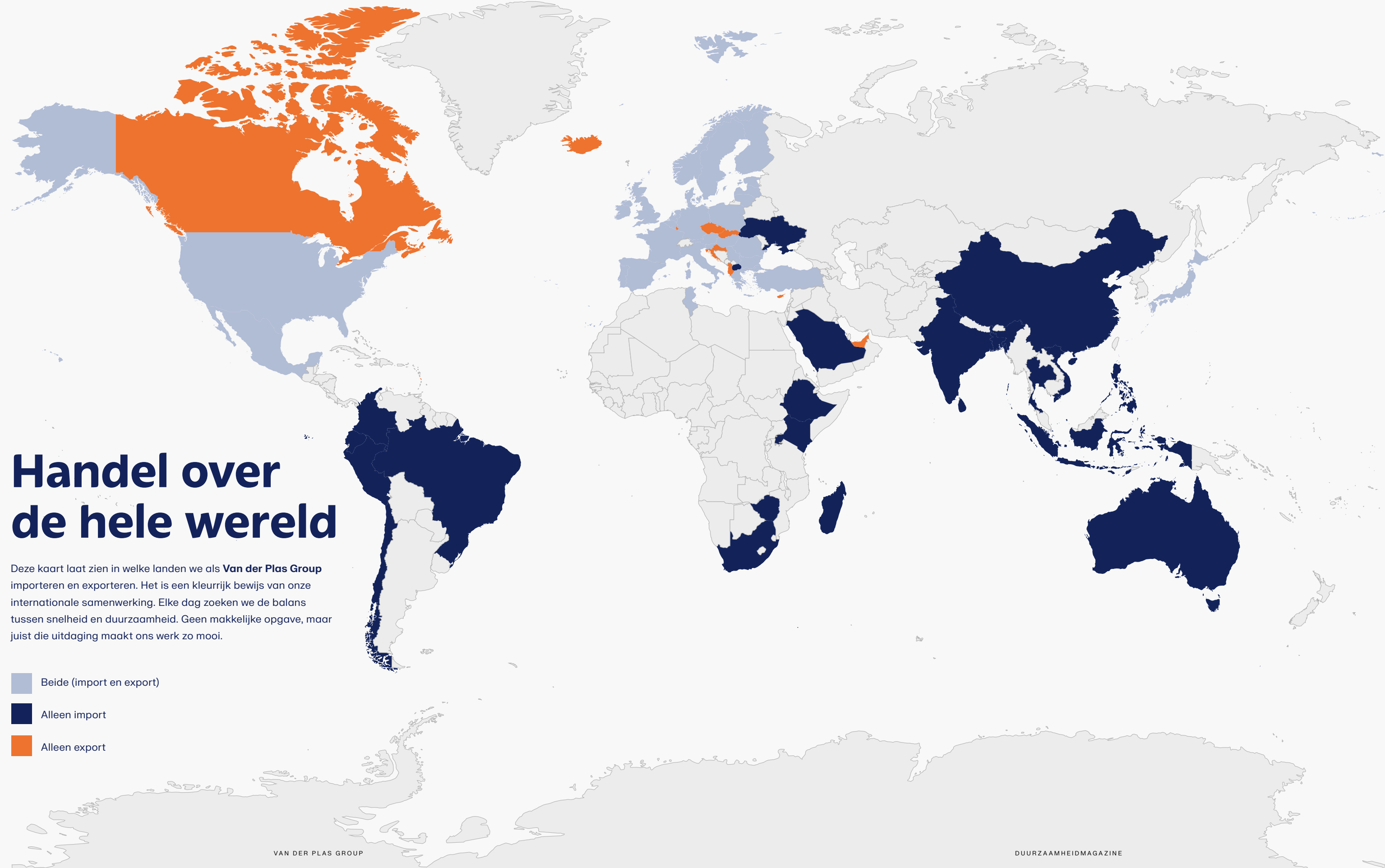
De 12 principes geven richting aan een duurzame en verantwoordelijke manier van omgang en samenwerken. De code is opgesteld door de partijen van het Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen Convenant.

- | | | | |
|---|--|---|---|
| <p>1</p> <p>Geen dwangarbeid
Dwangarbeid is niet toegestaan</p> | <p>2</p> <p>Geen kinderarbeid
Kinderarbeid is strikt verboden</p> | <p>3</p> <p>Geen discriminatie
Alle mensen worden gelijk behandeld, ongeacht hun geslacht, afkomst, religieuze achtergrond en voorkeuren</p> | <p>4</p> <p>Geen onzeker en onbehoorlijk werk
Werknemers krijgen veilige en goed beschermde arbeidsovereenkomsten</p> |
| <p>5</p> <p>Vrijheid van vereniging en collectieve onderhandeling
Bedrijven respecteren het recht van werknemers op vrijheid van vereniging en collectieve onderhandeling via (onder andere) vakbondslidmaatschap</p> | <p>6</p> <p>Eerlijk loon
Werknemers krijgen een eerlijk salaris en bedrijven werken geleidelijk toe naar een leefbaar loon</p> | <p>7</p> <p>Fatsoenlijke werktijden
Fatsoenlijke werktijden, zonder structureel overwerk en in lijn met wetgeving</p> | <p>8</p> <p>Gezondheid en veiligheid op het werk
Werknemers hebben veilige en hygiënische werkomstandigheden</p> |
| <p>9</p> <p>Speciale bescherming van jonge werknemers
Werknemers tussen 15 en 24 jaar moeten met extra zorg worden behandeld</p> | <p>10</p> <p>Bescherming van het milieu
Bedrijven minimaliseren hun negatieve impact op het milieu</p> | <p>11</p> <p>Toegang tot herstel
Bedrijven bieden werknemers de mogelijkheid om in het geval van negatieve gevolgen hulp bij herstel te krijgen</p> | <p>12</p> <p>Ethisch verantwoord zakendoen
Bedrijven zullen de principes van eerlijkheid en billijkheid toepassen op relaties met werknemers en zakenpartners</p> |



Ondertekend door:

Van der Plas Group



Handel over de hele wereld

Deze kaart laat zien in welke landen we als **Van der Plas Group** importeren en exporteren. Het is een kleurrijk bewijs van onze internationale samenwerking. Elke dag zoeken we de balans tussen snelheid en duurzaamheid. Geen makkelijke opgave, maar juist die uitdaging maakt ons werk zo mooi.

- Beide (import en export)
- Alleen import
- Alleen export

Roadmap 2025-2030

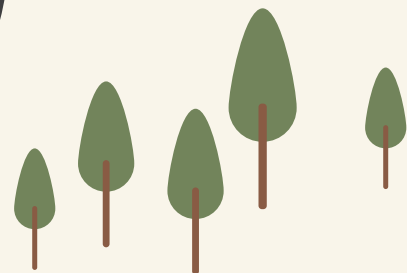


Van der Plas F&P wil met data-gedreven professionalisering en efficiëntere processen een toekomstbestendige, duurzame organisatie bouwen.



FSI2030 – actielijnen richten zich op 90% gecertificeerde inkoop en verder opschalen naar 100% in 2027, in overeenstemming met FSI2030 doelstellingen.

Retail Flowers & Plants wil door ketensamenwerking, transparantie en slimmere logistiek de duurzaamheidsimpact in de hele keten structureel verkleinen.



Afval en verpakkingen
Meer dan 95% afvalscheiding en opschalen van meermalige trays en kratten



E-commerce ziet technologie als hefboom: met een best-of-breed strategie kan VDP flexibel groeien, verspilling reduceren en duurzame keuzes online stimuleren. Transparantie en klantgerichtheid versterken daarbij onze positie

CO₂-reductie - investeringen in energiezuinige koelcellen en airco's (2025) levert directe reductie van 40% op in koudemiddelen



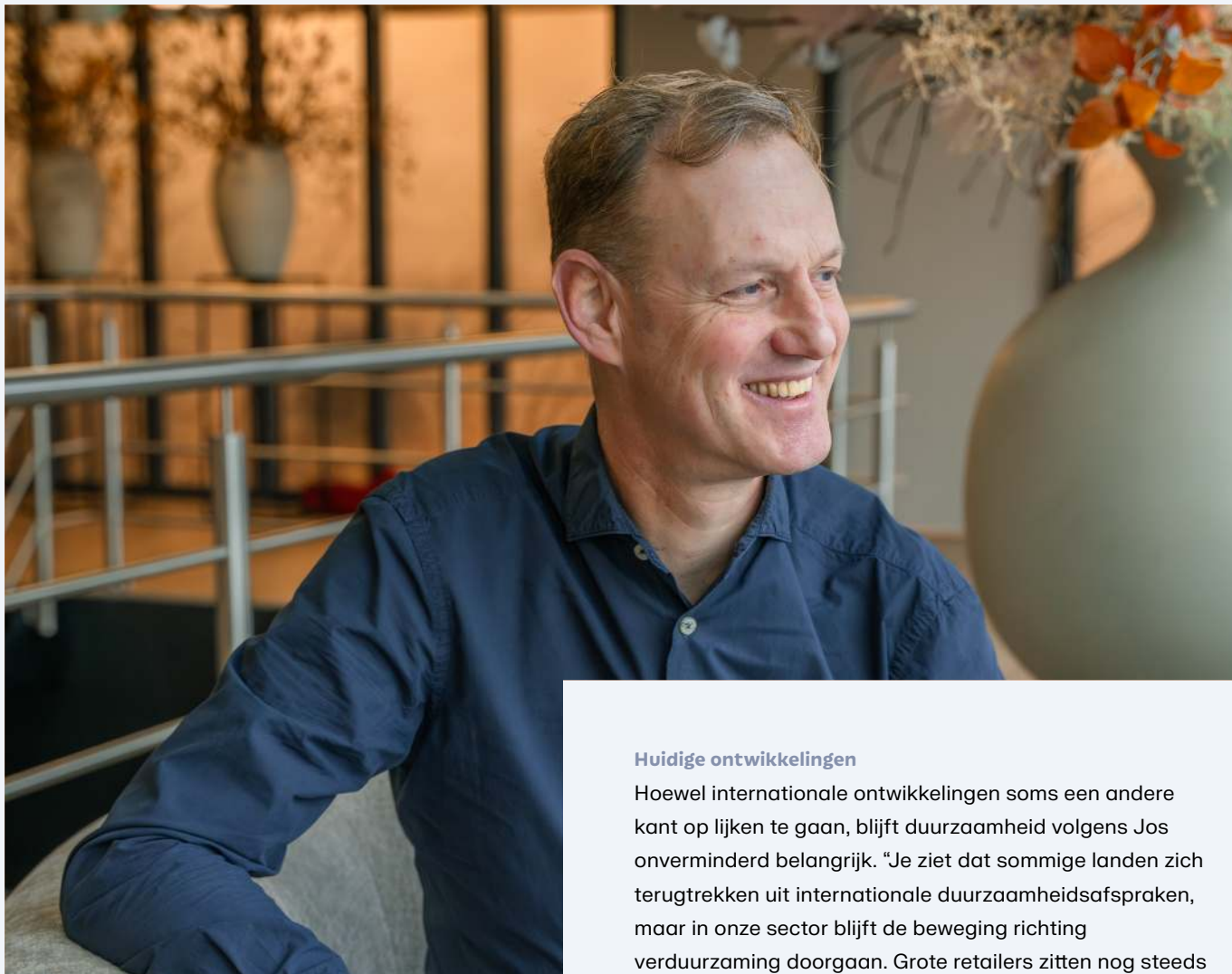
Wagenpark met elektrische en hybride auto's.



E-commerce en digitalisering - inzetten van data om verspilling te reduceren en duurzame producten online extra zichtbaar te maken (computer, AI, etc).



Greenflor streeft ernaar zowel haar nicheassortiment als wildharvestketens verder te verduurzamen door transparantere herkomst te combineren met eigen duurzame teelt, sociale verantwoordelijkheid en innovatie.



Jos Roodenburg

“Onze collega’s zijn de kurk waar het bedrijf op drijft.”

Binnen Retail Flowers & Plants (hierna RFP), het retailbedrijf binnen onze groep, is duurzaamheid, naast onze medewerkers, één van de fundamenten van de business. In een sector die steeds vaker onder een vergrootglas ligt, vraagt dat om samenwerking, innovatie en soms ook om kritische zelfreflectie. We spraken met Jos Roodenburg, directeur van RFP, over de stappen die al zijn gezet en de ontwikkelingen die nog volgen.

Huidige ontwikkelingen

Hoewel internationale ontwikkelingen soms een andere kant op lijken te gaan, blijft duurzaamheid volgens Jos onverminderd belangrijk. “Je ziet dat sommige landen zich terugtrekken uit internationale duurzaamheidsafspraken, maar in onze sector blijft de beweging richting verduurzaming doorgaan. Grote retailers zitten nog steeds op dat spoor en ook in de keten zien we dat partijen stappen blijven zetten.” Volgens Jos is dat ook nodig om de sector toekomstbestendig te houden.

In de afgelopen jaren zijn er (door de hele keten heen) al veel veranderingen doorgevoerd. Zo zijn er nieuwe rassen ontwikkeld die beter bestand zijn tegen ziektes en plagen en hebben kwekers grote stappen gezet met energie-efficiëntere teelt, bijvoorbeeld door de overstap naar LED-verlichting, aardwarmte (geothermie) en warmtekrachtkoppeling (WWK). Ondanks al deze positieve initiatieven merkt Jos dat de sector onder druk staat door negatieve berichtgeving. Recente publicaties over gewasbeschermingsmiddelen hebben invloed gehad op de beeldvorming bij consumenten. “Daar moeten we als sector ook eerlijk naar kijken. We zijn niet altijd even goed in communiceren wat we doen en waarom. Tegelijkertijd moeten we blijven werken aan transparantie. Daarom zetten we bijvoorbeeld steeds meer in op residumetingen en controles in de keten.”

Versnellersgroep

RFP maakt onderdeel uit van de Versnellersgroep, een initiatief van bedrijven die binnen de sector vooroplopen op het gebied van duurzaamheid. Binnen deze groep werken bedrijven samen om verduurzaming in de keten te versnellen.

Nieuwe regelgeving, zoals strengere eisen vanuit het Floriculture Sustainability Initiative (FSI), kan voor kwekers soms als een verplichting voelen. Toch ziet Jos het vooral als een noodzakelijke ontwikkeling. “Het kan soms voelen alsof het wordt opgelegd, maar uiteindelijk is het onomkeerbaar. Als sector moeten we daarin stappen blijven zetten.”

Onze mensen

Duurzaamheid gaat voor RFP niet alleen over milieu en ketensamenwerking, maar ook over de mensen binnen het bedrijf. “Onze collega’s zijn de kurk waar het bedrijf op drijft,” zegt Jos. Daarom wordt er binnen RFP gekeken naar manieren om medewerkers gezond en duurzaam inzetbaar te houden. In een sector waarin het werk soms intensief kan zijn, wordt kritisch gekeken naar werktijden en werkdruk. “We willen voorkomen dat mensen structureel over hun grenzen gaan. Het gaat ons niet alleen om het kostenaspect van ziekteverzuim, maar vooral om de vraag: hoe voelen onze collega’s zich?” Ook wordt er nagedacht over manieren om medewerkers beter te ondersteunen, bijvoorbeeld door coaching.

Om medewerkers betrokken te houden bij de ontwikkelingen binnen het bedrijf organiseert RFP ieder kwartaal een personeelsoverleg. Daarin wordt gedeeld waar het bedrijf mee bezig is en waarom bepaalde keuzes worden gemaakt.

Samenwerken in de keten

Volgens Jos ligt een groot deel van de duurzaamheidsimpact in de samenwerking met partners in de keten. “Wij kunnen veel doen, maar uiteindelijk moeten we het samen met kwekers, veredelaars en klanten oppakken.” Een voorbeeld daarvan is een nieuw initiatief in Scandinavië waarbij wordt gewerkt met duurzame kratten en pallets. Verpakkingen vormen namelijk een belangrijk onderdeel van de totale footprint.

“Niet alleen zien we hier dat we samen een verschil kunnen maken, we zien ook dat de stappen die we nemen om de keten te verduurzamen een positief effect op de kosten kunnen hebben. Het optimaliseren van beladingen, minder gebruik van verpakking en dergelijke zorgt naast een



positievere footprint ook voor minder kosten. Een ander voorbeeld is dat we onze koelcellen dit jaar voorzien hebben van de nieuwste koeltechnieken waardoor we 40% energie besparen.” Zo kunnen duurzaamheidsinitiatieven en kostenbesparing dus hand in hand gaan.

Data en de toekomst

Op het gebied van certificering en duurzaamheidsprestaties heeft RFP de afgelopen jaren flinke stappen gezet. Binnen het FSI-programma voldoet inmiddels 83% van de bloemen en 95% van de planten aan de gestelde eisen. “Daar zijn we continu mee bezig,” zegt Jos. “Onze inkopers besteden er veel aandacht aan en we hebben dit vertaald naar concrete doelen.”

Ook vanuit klanten neemt de vraag naar duurzaamheidsdata toe, bijvoorbeeld over CO₂-uitstoot, broninformatie en duurzaamheidsdoelstellingen. Technologie speelt daarbij een steeds grotere rol. RFP onderzoekt hoe data en AI kunnen helpen om processen efficiënter te maken. “Als we processen kunnen optimaliseren, verlaagt dat de druk op onze medewerkers en ontstaat er meer ruimte om verder te verbeteren.” Volgens Jos laat dat goed zien waar duurzaamheid uiteindelijk om draait: “Het gaat niet om één maatregel, maar om voortdurend kijken waar we stappen kunnen zetten: in de keten, in onze processen en in hoe we met onze mensen omgaan.”

De waardeketen in beeld

Van grondstof tot consument: deze visualisatie laat zien hoe bloemen, planten en deco hun weg vinden via veredelaars, kwekers, handelaren en dienstverleners naar de eindgebruiker (de consument). Tegelijk toont het de diverse partijen die direct of indirect betrokken zijn bij elke stap in de keten. Een helder overzicht van de dynamiek en verwevenheid binnen de keten waarin wij als Van der Plas Group een centrale rol spelen.





"En dan kijk ik naar mijn kinderen. Want zij moeten straks verder bouwen op de wereld die wij vandaag vormgeven."

De wereld om ons heen

Duurzaamheid... het klinkt soms als een modewoord. Een hype, net als de plotselinge rage van voedingsproducten met extra proteïne of vezels. Marketingbureaus spelen slim in op trends, maar ik vraag me geregeld af: Is duurzaamheid ook een trend? Iets wat met golfbewegingen terugkomt en dan weer verdwijnt. Want wie heeft het nu nog over het gat in de ozonlaag of de zure regen?

In onze westerse wereld is ons leven volledig ingericht op gemak. Alles moet snel, efficiënt en het liefst vandaag. Het vraagt veel van ons als mens om verder vooruit te kijken dan morgen. We vergeten soms dat onze keuzes van nu, gevolgen hebben voor later.

En dat roept vragen op. Hoe kun je als individu nog impact maken in zo'n grote wereld? Maar vooral: hoe kunnen wij als bedrijf betekenisvol bijdragen aan een duurzame toekomst in een branche die draait op snelheid, precisie en topkwaliteit? Maar ook in een branche die onder een groot vergrootglas ligt als het gaat om gewasbeschermingsmiddelen en negatieve geluiden in de media.

Want dat is ons speelveld: alles moet foutloos, perfect en onder optimale condities geleverd worden. Topsport, elke dag opnieuw. Tegelijkertijd wordt van bedrijven verwacht dat ze duurzaam produceren, circulair werken, zero waste leveren en een zo laag mogelijke footprint realiseren. Een nobel doel, maar hoe past

duurzaamheid in ons werk als er niet overal ruimte is om erin te investeren?

Natuurlijk ben ik een groot voorstander van duurzaam leven. Als consument heb ik bovendien de luxe dat ik financieel kan kiezen voor duurzame opties. Maar dat geldt lang niet voor iedereen. Veel huishoudens kunnen simpelweg niet meebewegen met de groene idealen die maatschappelijk zo sterk worden uitgedragen.

En dan kijk ik naar mijn kinderen. En denk ik aan hun toekomst en die van hun kinderen. Want zij moeten straks verder bouwen op de wereld die wij vandaag vormgeven. Dat maakt de vraag naar balans des te urgenter: hoe blijven we haalbaar én duurzaam, professioneel én toekomstbestendig?

Gelukkig ontstaan er steeds meer samenwerkingen binnen onze sector tussen organisaties die dezelfde zorgen en dezelfde ambitie delen. De Versnellers is zo'n groep. Zij durven een statement te maken, niet om te polariseren, maar om beweging op gang te brengen. Om het gesprek

te openen, onder andere rondom de discussie over de FSI Compliant.

Niet om bedrijven op kosten te jagen, maar juist om te onderzoeken: Waar kunnen we elkaar versterken? Hoe kunnen we samenwerken? Welke stappen zetten we gezamenlijk richting een toekomstbestendige, groenere sector?

Want uiteindelijk is dat waar het om draait: niet ieder voor zich, maar samen vooruit.

Als we vijf jaar vooruit zouden kunnen kijken naar onze branche: Wat willen we dan zien? Welke ontwikkeling zou ons trots maken? En welke stappen kunnen we vandaag al zetten om daar te komen?

Wij gaan graag met u in gesprek. Want alleen samen maken we het verschil.

[Jeroen van Splunter](#) en [Mariska van Dommelen](#)



Environment (Milieu)

Alles wat te maken heeft met onze impact op de aarde:
klimaatverandering, CO₂-uitstoot, energiegebruik,
waterverbruik, biodiversiteit en
afval- en grondstoffenbeheer.



Governance (Bestuur & Beleid)

Hoe een bedrijf wordt geleid en bestuurd:
transparantie, integriteit, interne controles, naleving
van wet- en regelgeving, anti-corruptie en de rol van
bestuur en toezicht bij duurzaamheid.



Social (Sociaal)

De manier waarop een bedrijf omgaat met mensen:
werknemers, leveranciers, klanten en de bredere
gemeenschap. Denk aan arbeidsomstandigheden,
diversiteit & inclusie, mensenrechten, veiligheid en
maatschappelijke betrokkenheid.



Scope 1, 2 en 3 Footprint; hoe en wat?

Als familiebedrijf vinden we het belangrijk dat iedereen binnen Van der Plas Group begrijpt waar we het over hebben als we praten over duurzaamheid. Begrippen die vaak terugkomen zijn **Scope 1, 2 en 3**.

De begrippen **Scope 1, 2 en 3** komen uit het internationale **Greenhouse Gas Protocol**. Dat is wereldwijd de meest gebruikte methode om CO₂- en andere broeikasgasuitstoot te meten.

● Scope 1 – Directe uitstoot

Dit is de uitstoot die we zelf veroorzaken. Denk aan de diesel in onze vrachtwagens of het gas dat we gebruiken om gebouwen te verwarmen. Maar ook hoe wij als werknemers naar ons werk rijden (woon-werkverkeer).

● Scope 2 – Indirecte uitstoot van energie

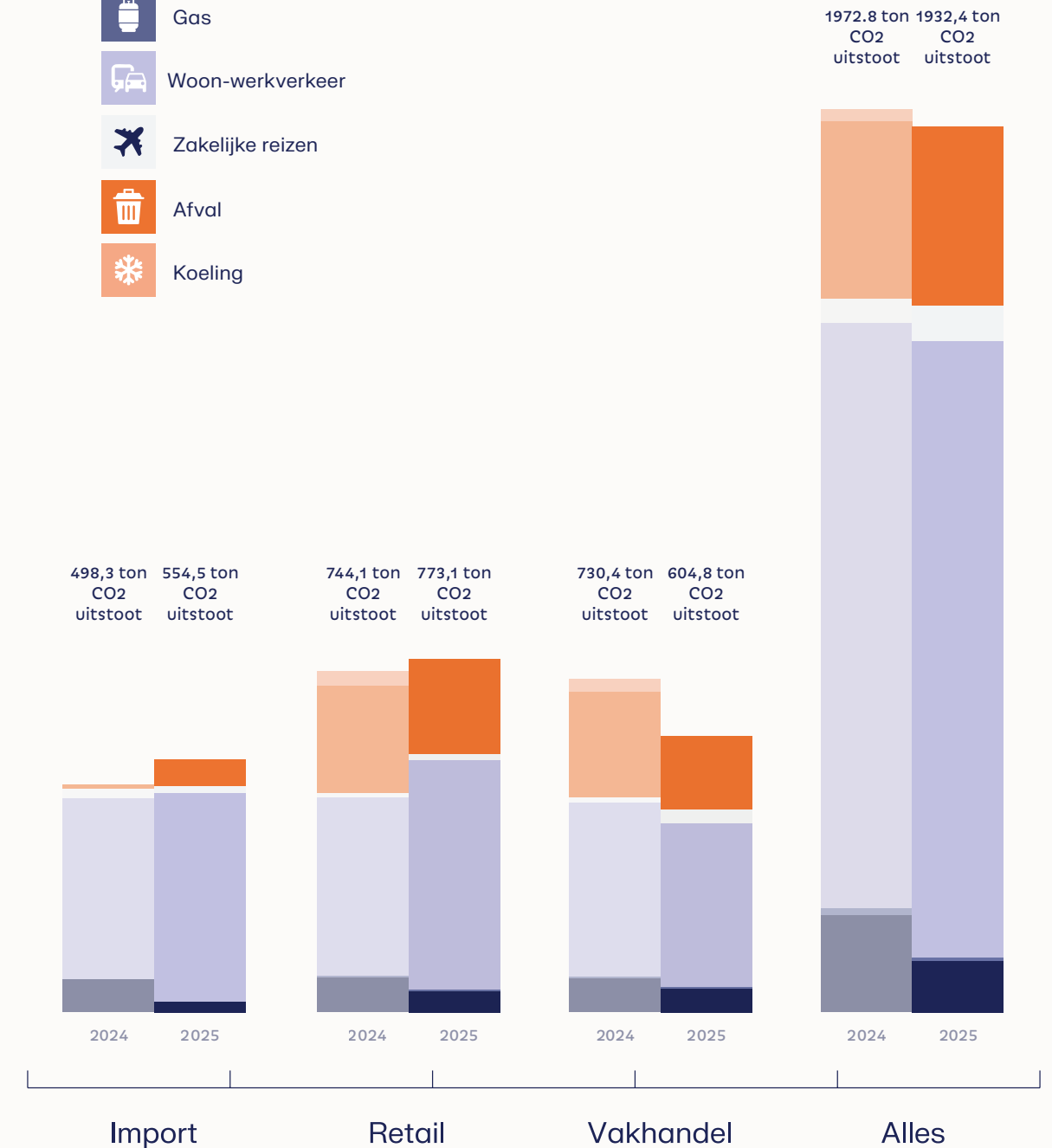
Dit gaat over de energie die we inkopen. Bijvoorbeeld de elektriciteit voor onze kantoren, koelcellen of systemen. Als die stroom groen wordt opgewekt, is de uitstoot lager.

● Scope 3 – Alles in de keten

Dit is de grootste en moeilijkste groep: alle uitstoot die niet direct bij ons gebeurt, maar wel door onze activiteiten ontstaat. Denk aan de teelt van de bloemen bij de kweker, het transport per vliegtuig of boot naar Nederland, en zelfs de weg naar de eindklant.

Zo krijgen we samen een compleet beeld van onze milieu-impact als het gaat om uitstoot van CO₂- en andere broeikasgasuitstoot.

CO2 uitstoot



In gesprek met Anthesis Nederland



Duurzaamheid vraagt om meer dan ambitie alleen. Het vraagt om inzicht, richting en concrete actie. Daarom werkt VDP Group samen met [Anthesis](#), een internationaal adviesbureau dat organisaties ondersteunt bij het ontwikkelen en realiseren van hun duurzaamheidsstrategie. We spraken met Anthesis over de belangrijkste ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid en hoe zij VDP Group helpen om stappen te zetten richting een toekomstbestendige organisatie.

Duurzaamheid in beweging

Volgens Anthesis is het thema duurzaamheid de afgelopen jaren sterk veranderd. Waar het eerder vaak om losse initiatieven ging, is het nu steeds meer verweven met de kern van bedrijfsvoering.

“Klimaat en natuur zijn uitgegroeid tot kernonderwerpen voor bedrijven. Van organisaties wordt verwacht dat zij hun impact over de hele waardeketen inzichtelijk maken en actief sturen op verbetering.”

Daarbij speelt data een steeds grotere rol. Duurzaamheid verschuift naar integraal prestatie management, waarbij verschillende afdelingen gezamenlijk verantwoordelijk zijn. Ook winnen circulaire en regeneratieve benaderingen terrein, zeker in sectoren zoals de sierteelt, waar het welzijn van ecosystemen direct samenhangt met de veerkracht van het bedrijf.

Van inzicht naar actie

Anthesis ondersteunt VDP Group bij het in kaart brengen van de totale impact en het vertalen daarvan naar concrete stappen.

“Voor VDP Group hebben we een datagedreven emissiebaseline opgesteld, waarin scope 1, 2 en 3 zijn meegenomen. Op basis daarvan bepalen we waar de grootste impact zit en helpen we bij het stellen van concrete doelen, zoals Science Based Targets (SBTi).”

Het doel is om duurzaamheid niet alleen inzichtelijk te maken, maar ook praktisch toepasbaar. “We vertalen inzichten naar acties in de keten, zodat duurzaamheid echt onderdeel wordt van de dagelijkse praktijk.”

Wat betekent SBTi?

Steeds meer bedrijven werken met Science Based Targets (SBTi). Volgens Anthesis helpt dit om duurzaamheidsdoelen concreet en meetbaar te maken.

“Het begint met inzicht in je volledige uitstoot. Vervolgens stel je wetenschappelijk onderbouwde reductiedoelen vast en werk je toe naar een helder transitieplan. Daarbij is betrokkenheid van de keten essentieel, omdat daar vaak het grootste deel van de impact zit.”

Uitdagingen en samenwerking

Het realiseren van duurzaamheidsdoelen brengt ook uitdagingen met zich mee. “Een groot deel van de uitstoot zit buiten de directe invloed van bedrijven, bijvoorbeeld bij telers, logistiek en verpakkingen. Dat maakt het complex.”

Daarnaast zien veel organisaties een kloof tussen ambitie en uitvoering. “Er is niet altijd voldoende data, capaciteit of structuur om doelen daadwerkelijk te realiseren.”

Volgens Anthesis ligt de sleutel in samenwerking. “Effectieve verduurzaming begint met

gedeeld inzicht. Van daaruit gaat het om partnerschap: samen met leveranciers werken aan oplossingen, bijvoorbeeld via pilots of gezamenlijke datatools.”

Ook sectorinitiatieven spelen een belangrijke rol om verandering op te schalen en processen te verbeteren.

De toekomst van duurzaamheid

Volgens Anthesis zal duurzaamheid de komende jaren steeds verder geïntegreerd raken in alle onderdelen van de organisatie. “Het wordt onderdeel van financiële, inkoop- en operationele beslissingen. Data en digitale tools gaan een steeds grotere rol spelen in het sturen op prestaties.” De verwachtingen vanuit de markt blijven daarbij toenemen. Bedrijven die nu stappen zetten, bouwen volgens Anthesis aan een voorsprong. “Organisaties die nu duurzaamheid structureel verankeren, zijn beter voorbereid op de toekomst.”

In gesprek met Greenflor

Greenflor is trendsetter in de nichemarkt van de sierteelt. Het bedrijf staat bekend om zijn unieke en seizoensgebonden producten, maar juist dat maakt het voldoen aan internationale duurzaamheidsnormen (zoals FSI) extra uitdagend. Toch blijft Greenflor vasthouden aan haar missie: inspireren, vernieuwen en verduurzamen.



Uitdagingen in de nichemarkt en 'wild harvest' producten

Veel leveranciers van unieke en seizoensproducten hebben (nog) geen focus op FSI-normen. Dit maakt de verduurzaming van de keten complexer. Een specifiek aandachtspunt zijn de zogenaamde wild harvest producten; planten en bloemen die in het wild worden geoogst.

Samen met partners als DFG, WBE, Adomex en de Coventry University onderzoeken wij in het FSI/Wild Harvest-project hoe ook deze producten beoordeeld kunnen worden op duurzaamheid en sociale aspecten.

De grootste uitdagingen die wij daarbij tegenkomen zijn:

- Het ontbreken van een passend certificeringsschema,
- Trage voortgang in regelgeving in de landen van herkomst,
- Én een gebrek aan kennis en middelen bij lokale partijen om een goed kwaliteitssysteem op te zetten.

Arbeidsomstandigheden en certificering als basis

Arbeidsomstandigheden zijn voor ons een doorslaggevende factor bij inkoop. Waar mogelijk kiezen wij voor leveranciers die beschikken over MPS-A(BC) certificering. Deze richt zich vooral op milieuaspecten, maar in de praktijk zien wij dat veel van deze leveranciers ook sociaal goed zijn ingericht.

Wanneer (gedeeltelijke) certificering mogelijk is, werken wij bewust samen met die partijen. Zo nemen wij zowel productkwaliteit als sociale verantwoordelijkheid mee in onze afweging.

Achterwaartse integratie als versneller

Een goed voorbeeld van hoe Greenflor verduurzaming versnelt, is de keuze om dichterbij de productie te gaan zitten. Door zelf te investeren in de teelt ontstaat meer grip op kwaliteit, herkomst en certificering. De meest sprekende illustratie daarvan is de ontwikkeling van een eigen Roemeense rozenbottelteelt.

Wat begon als een samenwerking rond pioenen groeide uit tot een ambitieus en innovatief traject. In 2022 startte Greenflor met 500 rozenbottelplanten op het land van een van Roemenië's grootste akkerbouwbedrijven. Dankzij de zorgvuldig gekozen locatie, met ideale bodem en klimaat, en strikte

kwaliteitsmonitoring leverden de planten al in 2023 de eerste hoogwaardige takken op, uitzonderlijk snel voor rozenbottels.

De succesvolle pilot leidde tot uitbreiding: inmiddels staan er 17.000 planten, die sinds herfst 2025 tot wel twintig takken per plant per jaar kunnen produceren. Deze teelt volgt de FSI-richtlijnen en maakt gebruik van hetzelfde materieel en dezelfde infrastructuur als de pioenteelt, waardoor machines, koeltechniek en personeel jaarrond duurzaam kunnen worden ingezet. Ook worden er met de hand kransen gedraaid, wat extra werkgelegenheid creëert buiten het reguliere seizoen.

Deze vorm van achterwaartse integratie helpt Greenflor om op lange termijn een stabiele, gecertificeerde en duurzame bron van nicheproducten te waarborgen.

Duurzaamheid binnen de organisatie

Duurzaamheid is bij Greenflor niet alleen zichtbaar in product en teelt, maar ook binnen de organisatie zelf. Er wordt geïnvesteerd in een gezonde werkomgeving, er zijn nieuwe werkplekken gecreëerd, nieuwe koelcellen geïnstalleerd, er is dagelijkse aandacht voor het welzijn en doorgroeimogelijkheden voor medewerkers. Ook de interne communicatie is versterkt, zodat iedereen goed geïnformeerd blijft over doelen, projecten en vooruitgang.

Ambitie voor de komende jaren

Wij zien het als een realistische ambitie dat er binnen 1 tot 3 jaar een certificeringsschema komt voor wild harvest producten. Daarmee kunnen wij duurzame inkoop in deze markt structureel borgen en de transparantie richting onze klanten verder vergroten.

Daarnaast werken we samen met het Floriculture Sustainability Initiative (FSI) aan een duurzamere sierteelt. Ook streven we naar een zero carbon footprint in 2030. Dit vormt de kern van onze activiteiten en innovaties.



Certificeringen

Niet alleen van onze leveranciers verwachten we dat ze de juiste certificaten hebben. Ook zelf hebben we de volgende certificaten en worden we jaarlijks getoetst op deze normen.



SKAL

De Nederlandse onafhankelijke organisatie die toezicht houdt op en certificering uitvoert voor biologische productie, verwerking en handel.

Meer over SKAL



Global Gap Chain of Custody

Een certificering voor bedrijven in de voedselketen die de traceerbaarheid van GLOBALGAP-gecertificeerde producten waarborgt van teler tot consument.

Meer over GLOBALG.A.P.



MPS Good Trade Practice

Milieu Programma Sierteelt Good Trade Practice en is een certificaat voor groothandelsbedrijven in de sierteeltsector. Het doel is het bevorderen van transparantie, kwaliteit en duurzaamheid in de gehele keten, van productie tot levering

Meer over MPS



Wat doen bloemen en planten met je?

Klik op één van de onderstreepte voordelen om het wetenschappelijke onderzoek te lezen.

Kamerplanten zorgen voor een lagere hartslag en bloeddruk

Bloemen en planten maken een ruimte aantrekkelijker

Beter humeur

Stressverlagend

Mensen die bloemen krijgen voelen zich gelukkiger

Bloemen zorgen voor een hoger levensgeluk

Bloemen zijn belangrijk voor het vergroten van creativiteit

Planten zorgen voor een gezonde luchtkwaliteit

Benieuwd naar neurowetenschappelijk onderzoek georganiseerd door Plants and Flowers Foundation Holland? [Bekijk het Webinar Welzijn](#)



4-Bulk: Samen sterk in duurzame inkoop

Het begon in 2019 met een gedeelde duurzaamheidsagenda en de ambitie om als sector meer samen te doen. Door data te delen, ontdekten we hoeveel we konden winnen door ook gezamenlijk in te kopen. Op 1 januari 2020 werd daarom 4-Bulk opgericht: hét inkoopcollectief voor verpakkingen, kantoorartikelen, kantinebenodigdheden en bedrijfskleding.

Een start vol uitdagingen

Onze start viel samen met een turbulente periode: de coronapandemie.

In plaats van rustig bouwen aan efficiëntie en schaalvoordelen, moesten we direct schakelen om leveringen te garanderen en prijsstijgingen te beheersen. Het was een vuurdoop die ons liet zien hoe krachtig samenwerking kan zijn wanneer de druk hoog is.

Ook nu staan we opnieuw voor een uitdaging: het wegvallen van Paardekooper, jarenlang een bepalende leverancier in onze branche.

Dit dwingt ons om verder vooruit te kijken, nieuwe oplossingen te vinden en onze samenwerking nóg hechter te maken.

Wie wij zijn

4-Bulk is 50% eigendom van de Van der Plas Group en 50% van de FM-Group. Onder leiding van Ferry Schoneveld en Gijs Noort bedienen we inmiddels 25 intercompany klanten en een select aantal externe partners, waaronder bevriende kwekers. Samen benutten we schaalvoordelen en versterken we elkaar.

Duurzaamheid als drijfveer

Ons werk draait niet alleen om efficiëntie, maar ook om toekomstbestendigheid.

We werken aan:

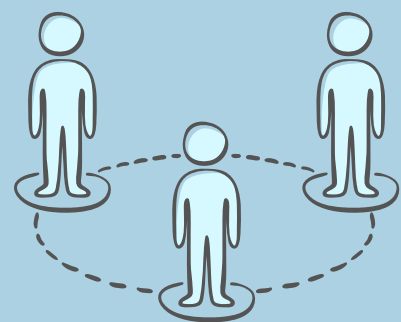
- de overgang van plastic naar papier en karton,
- verpakkingen die lichter, duurzamer en volledig recyclebaar zijn,
- het gebruik van gerecycled materiaal in plaats van virgin plastics.

Daarnaast bereiden we ons actief voor op toekomstige wetgeving en verzamelen we data die nodig zijn voor CSRD-rapportages. Duurzaamheid is niet alleen een klantvraag of wettelijke eis, maar ook een overtuiging die ons dagelijks drijft.

Onze missie

Bij 4-Bulk geloven we dat samenwerking de sleutel is. Samen realiseren we duurzame verpakkingsoplossingen, bundelen we onze krachten en bouwen we aan een groenere toekomst. De weg is niet altijd makkelijk, maar juist de uitdagingen maken duidelijk waarom we dit samen doen.

"Dit dwingt ons om verder vooruit te kijken, nieuwe oplossingen te vinden en onze samenwerking nóg hechter te maken."



Social in ESG: de kracht van mensen

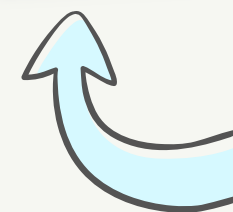
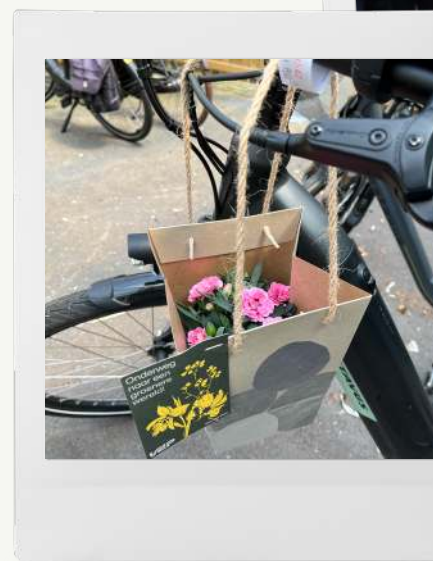
ESG is meer dan rapportages – het gaat over wie we zijn als organisatie. De S van Social staat voor verbinding, gezondheid en cultuur. Deze beelden laten zien hoe we samen bouwen aan een sterke, betrokken Van der Plas Group-community.



Padel toernooi



Ronde van Katwijk



Bedrijfsfeest





Klik op deze foto om de volledige Instagram post te bekijken



Klik

Foundation

Via de Van der Plas Group Foundation, die is opgericht in 2013, ondersteunt het bedrijf mensen in nood en maatschappelijke projecten in o.a. derdewereldlanden. Voorbeelden hiervan zijn scholingsprojecten en microkredieten voor startende ondernemers. Ieder jaar doet VDP Group een financiële bijdrage aan deze stichting, die volledig draait op vrijwilligers en een onafhankelijk bestuur heeft. Onze medewerkers zijn nauw betrokken bij het aandragen en het benoemen van de doelen die wij als bedrijf ondersteunen. Hieronder een kleine greep van enkele doelen die wij in 2025 steunden.

- Katwijkse ziekte: [mudrun](#) en kattukse tien
- Onze collega Jurre die mee deed met de Alpe D'huZes, om geld op te halen voor meer onderzoek naar kanker
- Onze collega Liesbeth namens haar eigen stichting: [Stichting Usher](#)
- [Unicef Plastic Bricks](#)
- [Only Friends](#)
- Aangedragen door onze collega Paul: Donatie voor de verbouwing van het Kamphuis Mahanaïm in Roemenië

Analyse HR data 2025





DE 'G' IN ESG

Governance in ESG

De 'G' in ESG staat voor Governance: goed bestuur. En eerlijk is eerlijk, dat is niet het meest zichtbare of sexy onderdeel van duurzaamheid. Maar het is wel het fundament. Bij ons draait Governance om betrouwbaarheid, om weten wat je aan elkaar hebt, en om duidelijke afspraken. Geen dubbele agenda's, geen vage beloftes. Als iets niet klopt, willen we dat mensen het durven zeggen. Daarom hebben we een gedragscode die niet alleen op papier staat, maar die we ook bespreekbaar maken.

We hebben een ESG-stuurgroep opgezet die richting geeft en de verbinding zoekt met de praktijk. Nog niet alles is geregeld of af, maar er is wel structuur, overzicht en eigenaarschap. Zo zorgen we dat duurzaamheid niet blijft hangen in ambities, maar stap voor stap terechtkomt in ons dagelijks werk.

Ook in onze keten willen we verantwoordelijkheid nemen. We werken met leveranciers die snappen waar we naartoe willen: transparant, kwalitatief en duurzaam. Gaat er iets mis? Dan gaan we daarover in gesprek.

Verder houden we vast aan een onafhankelijke koers. Geen steun aan politieke partijen, geen verborgen beïnvloeding. We houden het zakelijk en transparant, ook als het om betalingen gaat: we betalen leveranciers snel en volgens afspraak.

Bij Van der Plas Group zien we ESG niet als verplichting, maar als kans om onze impact te vergroten en verantwoordelijkheid te nemen. Samen bouwen we aan een toekomst die duurzaam, eerlijk en transparant is.



Begrippenlijst

Amfori BSCI	Code of Conduct die eerlijke arbeidsomstandigheden waarborgt.	↗
B2C	Business to Consumer en beschrijft een bedrijfsmodel waarbij bedrijven hun producten of diensten rechtstreeks verkopen aan de eindgebruiker of consument, in plaats van aan andere bedrijven (wat B2B is).	↗
Basket of Standards	Lijst van erkende milieu- en sociale certificeringen binnen FSI.	↗
Broeikasgasuitstoot	Het proces waarbij broeikasgassen zoals kooldioxide (CO ₂), methaan en lachgas in de atmosfeer worden gebracht door menselijke activiteiten, met name door het verbranden van fossiele brandstoffen, landbouw en ontbossing.	↗
BSCI-audits	Een audit die de naleving van sociale normen en arbeidsomstandigheden in de toeleveringsketen van bedrijven controleert. Deze audits worden uitgevoerd om te beoordelen of bedrijven en hun leveranciers zich houden aan de principes van de amfori BSCI Gedragscode.	↗
Circulariteit	Streven om materialen telkens opnieuw te gebruiken in een kringloop.	↗
Close-the-loop	Transparantie in de hele afvalketen van inzameling tot verwerking.	↗
CO₂-footprint	Totale uitstoot broeikasgassen van een bedrijf of product.	↗
Code of Conduct (COC)	Gedragscode, is een document met richtlijnen, normen en waarden die het ethisch en verantwoord gedrag van individuen of organisaties beschrijft, zoals werknemers, leveranciers of andere betrokkenen.	↗
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive. EU-wetgeving voor duurzaamheidsrapportage.	↗
Divisie	Binnen Van der Plas Group werken vier gespecialiseerde divisies intensief samen aan ons grotere doel. (Vakhandel, Retail, Import, Deco).	↗
Dubbele materialiteit	Analyse van de impact van de wereld op VDP én VDP op mens & milieu.	↗
E-commerce	Het kopen en verkopen van goederen en diensten via het internet, ook wel elektronische handel genoemd.	↗

ESG	Environmental, Social & Governance. Drie pijlers voor duurzaamheid en goed bestuur.	↗
ESRS	ESRS staat voor European Sustainability Reporting Standards (Europese Standaarden voor Duurzaamheidsverslaggeving). Deze standaarden bieden een gestandaardiseerd kader voor bedrijven in de Europese Unie om te rapporteren over milieu-, sociale en bestuurskwesties (ESG), zoals vereist door de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).	↗
EUDR-wetgeving	Europese wet die ervoor zorgt dat producten die de EU-markt op komen, niet bijdragen aan ontbossing of bosdegradatie.	↗
FloriPEFCR	Staat voor Floriculture Product Environmental Footprint Category Rules en is de officiële Europese standaard voor het uniform berekenen van de milieu-impact van snijbloemen en potplanten.	↗
FSC	Een internationale non-profit organisatie die een keurmerk hanteert voor producten van hout en papier.	↗
FSI 2025	Floriculture Sustainability Initiative. Doel: 90% verantwoord geproduceerde bloemen en planten in 2025.	↗
Global Gap COC	Een certificering voor bedrijven in de voedselketen die de traceerbaarheid van GLOBALGAP-gecertificeerde producten waarborgt van teler tot consument.	↗
Greenhouse Gas Protocol	Een wereldwijd erkende standaard voor het meten, beheren en rapporteren van broeikasgasemissies (BKG) door organisaties, bedrijven en overheden.	↗
Greenwashing	Een marketingtruc waarbij bedrijven zich groener en duurzamer voordoen dan ze in werkelijkheid zijn, door misleidende claims te maken of informatie weg te laten om een positiever milieu-imago te creëren en zo winst te behalen.	↗
Headless en composable systemen	Een headless systeem scheidt de presentatielaag (frontend) van de backend, wat zorgt voor flexibiliteit en de mogelijkheid om content via API's aan te bieden op verschillende kanalen.	↗
Klimaatakkoord	Het Klimaatverdrag van Parijs is een wereldwijd, wettelijk bindend internationaal verdrag dat in 2015 werd gesloten en als doel heeft de opwarming van de aarde te beperken.	↗

MPS	Certificeringssysteem dat milieu-impact van sierteelt meet.	↗
MPS GTP	Milieu Programma Sierteelt Good Trade Practice en is een certificaat voor groothandelsbedrijven in de sierteeltsector. Het doel is het bevorderen van transparantie, kwaliteit en duurzaamheid in de gehele keten, van productie tot levering aan de klant.	↗
Nicheleveranciers	Bijzondere sierteelt artikelen en natuurlijke deco producten voor bloemisten, groothandel en tuincentra.	↗
OESO-richtlijnen	Concrete aanbevelingen van de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO) voor internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO).	↗
PPWR	EU-regels inzake verpakking en verpakkingsafval, met inbegrip van ontwerp en afvalbeheer.	↗
Rainforest Alliance	Internationaal keurmerk voor natuurbehoud en arbeidsomstandigheden.	↗
Restafval	Afval dat niet gescheiden kan worden en vaak nog deels recyclebaar is.	↗
SBTI	Science Based Targets initiative, een wereldwijde organisatie die bedrijven helpt om hun uitstootdoelen af te stemmen op de nieuwste klimaatwetenschap en de doelstellingen van het Klimaatakkoord van Parijs.	↗
SCOPE 1,2,3	Directe uitstoot, indirecte uitstoot en uitstoot in de keten.	↗
SKAL	De Nederlandse onafhankelijke organisatie die toezicht houdt op en certificering uitvoert voor biologische productie, verwerking en handel.	↗
Sustainable Development Goals (SDG)	Met deze doelen willen we in 2030 een duurzame wereld voor iedereen bereiken, waarin niemand wordt buitengesloten. De doelen gelden voor alle landen en voor alle mensen.	↗
Value Chain	Een model dat de primaire en ondersteunende activiteiten binnen een bedrijf beschrijft, van productontwikkeling tot levering aan de klant.	↗
Wild Harvest	Sierteelt producten die in het wild groeien en worden geplukt. Deze producten worden niet gekweekt door een kweker.	↗

VDP

Van der Plas Group

