



TONY'S CHOCOLONELY®

jaarvisslag
2018/2019



oepsie

nog 2
wensen

mijne is al
uitgekomen



het is 5 voor 12

Het is tijd voor actie! 100% slaafvrij de norm in chocolade. Daar staan we voor. Maar we zijn er nog niet. Er gebeurt nog te weinig. Met alle belangrijke spelers binnen de cacao-industrie moeten we de regels van 't spel veranderen, want het is 5 voor 12. Wat gebeurde d'r in 2018/2019? Een korte recap.

kom op industrie, dat kan beter

Verandering is onontkoombaar. Het huidige systeem houdt mensenrechtenschending in stand. Dat kan en dat mag niet. Het systeem moet veranderen en wel nu. Maak een einde aan moderne slavernij en illegale kinderarbeid in cacao: door 'n nieuwe industriënorm te bepalen. Samen nemen we de verantwoordelijkheid om structurele verandering te brengen. Op weg naar een gelijkwaardig verdeelde cacaoketen.

→ alles hierover in Industrie: **kom met echte oplossingen**



let's go glooobaaaaaal

Nog steeds zijn we nummer 1 in 't Nederlandse chocoladelandschap! Het moederland is door ons toedoen lekker opgeschud. Da's repegood nieuws..! Nog mooier: we groeien hard in de VS en Engeland. En in steeds meer landen dringt het besef door. Met ons merk en onze missie veroveren we reep voor reep de wereld. Zo groeit onze impact wereldwijd.

→ lees 't in Retail: **speeeeed up for global impact**



hoeraaaaa! Wet zorgplicht kinderarbeid

De Wet zorgplicht kinderarbeid is erdoor (NL). Eindelijk een wet die bedrijven in Nederland verplicht om verantwoordelijkheid te nemen voor sociale misstanden in hun keten. We hebben ervoor gelobbyd en gezweet. En nu achterover leunen? Dacht 't niet. Ook bij andere overheden lijkt er beweging te komen. Dat begint ergens op te lijken.

→ hoe we 't aanpakken lees je in Overheden: **en nu ff serieus**

leefbaar inkomen als nieuwe norm

Samen met Fairtrade Nederland hebben we 1 referentieprijs voor 't leefbaar inkomen vastgesteld: de Living Income Reference Price. Sinds 2013 betalen we 'n hogere prijs voor cacao. Dat betekent dat de boeren waar we mee samenwerken in staat zijn om een leefbaar inkomen te verdienen. Zo komen we steeds een stap dichterbij onze missie.

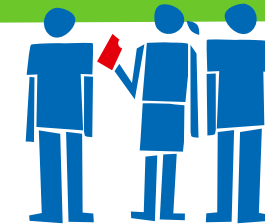
→ meer over armoede als grondoorzaak in **Serious Farmers**



100% GPS-mapping tegen ontbossing

Het is 5 voor 12.. Naast de problemen van illegale kinderarbeid en moderne slavernij is er veel meer aan de hand. Met elke hap conventionele chocolade eten we langzaam het tropisch regenwoud op. Ontbossing is wereldwijd een groot probleem; zeker in de cacaosector. We brengen ontbossing in West-Afrika in kaart en nemen concrete maatregelen om 't te stoppen.

→ GPS-mapping en meer in **Serious Farmers**



we like to move it, move it

We hebben elkaar nodig in de strijd tegen illegale kinderarbeid en moderne slavernij. Tony's Chocolonely maakt flinke stappen en geeft Serious Friends tools om samen ten strijde te trekken. Maar 't gaat nog niet snel genoeg. Als we echt het verschil willen maken, dan hebben we veel meer Serious Friends nodig. Ben je nog geen Serious Friend, wordt dat nu dan even.

→ lees er alles over in **Making a movement together**

de cijfers liegen er niet om

Uh oh, Tony's Chocolonely maakt dit jaar bijna geen winst. Watskeburt? Hoe kun je commercieel succesvol zijn en een jaar bijna geen winst maken? Laten we daar samen eens induiken. Duikbrillen op?

→ duik mee in de financiële resultaten: **de cijfers, de cijfers**



hoofdstuk één:

**D'R IS
HEEL WAT
AAN DE HAND**
pagina 06

hoofdstuk twee:

**ONZE
ROUTE
KAART**
pagina 16

hoofdstuk drie:

**SERIOUS
FARMERS**
pagina 24

hoofdstuk vier:

**BIG
CHOGO
INDUSTRIE**
pagina 38

hoofdstuk vijf:

**RE
TAILERS**
pagina 44

hoofdstuk zes:

**OVER
HEDEN**
pagina 52

hoofdstuk zeven:

**CHOGO
FANS**
pagina 60

hoofdstuk negen:

**LET'S
RAISE
THE BAR!**
pagina 84

hoofdstuk acht:

**LAAT DE
GETALLEN
MAAR
KNALLEN**
pagina 70

voorwoord: pagina 4
belangrijke bijlagen:
pagina 88

GELD IS EEN MIDDEL, GEEN DOEL, NOOIT..

Misschien raar om juist met deze woorden Tony's Chocolonely's jaarFAIRslag 18/19 af te trappen. Maar nodig. Ieder jaar steken we met 't jaarFAIRslag een peilstok in de grond. We laten onze impactresultaten van het afgelopen boekjaar zien en onze ambities voor de komende periode. Geld is – volgens de Oxford Dictionary – een betaalmiddel, niets meer, niets minder. Veel bedrijven zijn in de war en halen middel en doel door elkaar. Wij zijn ervan overtuigd dat ieder individu en iedere organisatie de verantwoordelijkheid heeft om de wereld mooier te maken.

In de huidige onstuimige tijden kunnen we niet aan de zijlijn blijven staan. Daarvoor gebeurt er te veel in de wereld. De ongelijkheid wordt steeds schrijnender, de internationale politiek wordt steeds populistischer met mannen als Trump, Poetin, Johnson. En in Nederland Wilders en Baudet. 't Ontbreekt aan wereldwijde maatregelen die de klimaatverandering aanpakken. De jeugd moet ons vertellen dat we nu echt iets moeten gaan doen (dankjewel Greta).

Als wij niets doen, wie dan wel?

Tony's Chocolonely is in 2004 opgericht door het Nederlandse tv-programma 'De Keuringsdienst van Waarde' met als heel helder doel om alle chocolade wereldwijd 100% slaafvrij te maken. Opgericht vanuit onvrede en frustratie over de sociale ongelijkheid in de chocolade-industrie. Dat MOET en KAN anders.. Samen maken we 100% slaafvrij de norm in chocolade. We hebben daarvoor een strategie: onze routekaart. Die bestaat uit 3 pijlers: Tony's maakt bewust, Tony's geeft 't voorbeeld en Goed voorbeeld doet volgen – via ons Open Chain-platform geven we bedrijven de mogelijkheid om onze aanpak over te nemen en zo samen de chocolade-industrie te veranderen.

Het afgelopen jaar – ons transitiejaar – is voorbijgevlogen. We willen groeien van een Nederlands impactbedrijf, naar een internationaal impactbedrijf, dat chocolade maakt. En ondanks dat de transitie nooit helemaal af is, lukt dat!

De Nederlandse markt is volwassen, en al hebben we de marktaandeelstelling niet gehaald, we zijn nationaal 't nummer 1 chocolademark. En we maken impact. Kijk naar 't artikel in The Washington Post waarin Tony's Chocolonely uitgebreid aan het woord komt en de Netflix-documentaire Rotten, over de misstanden in de cacao-industrie. Inmiddels komt ook een substantieel deel van onze omzet uit de rest van de wereld.

Ik ben onwijs trots op hoe we in West-Afrika GPS-mapping inzetten om ontbossing tegen te gaan. Nu al 100% voor Ivoorkust en straks ook voor Ghana. En hoe we 't CLMRS gebruiken om illegale kinderarbeid op te sporen en de gevallen die we vinden, op te lossen. Hoe we geloven in de kracht van samenwerking. En hoe we steeds onze doelen nastreven. Zoals met de Living Income Reference Price, 1 rekenmodel dat uitgaat van dezelfde controleerbare variabelen (zoals gezinsgrootte). Vanaf komende cacao-oogst zullen we deze prijs aan de boer gaan betalen. Dat betekent dat de boeren waarmee we samenwerken nog een stap dichterbij zijn om een leefbaar inkomen te bereiken. Bam! Met Tony's Open Chain verwachten we dit echt groot te kunnen maken, zodat we steeds meer directe impact gaan maken.

Afgelopen jaar hebben we onze lobbykwaliteiten een tandje opgeschroefd. De Wet Zorgplicht Kinderarbeid is in Nederland tegen alle verwachting in, toch aangenomen. Heel trots op! En we pakken internationaal door.

In Amerika hebben we een super succesvolle Chocotrucktoer gedaan. We bereiken enorm veel mensen met onze missie. Helaas hebben we de geplande financiële resultaten verre van behaald. Allemaal verklaarbaar, want we zaten in een transitiejaar waarin we enorm veel hebben geïnvesteerd.

In Engeland gaat 't jolly good en zijn we al na 9 maanden winstgevend. Niet alleen als 't gaat om verkoopcijfers, maar ook als 't gaat om 't verhaal. Duitsland gaan we, omdat we in Engeland winstgevend zijn en het in Duitsland boven verwachting gaat, komend jaar omvormen van een zilveren markt naar een gouden markt met een eigen team. De andere markten (zilver, brons & Duty Free Travel Retail) presteren fors boven verwachting. Niet verkeerd!

In ons moederland hebben we pakhuis De Vrede in Zaanstad aangekocht om daar Tony's Chocolonely Chocolate Circus te bouwen. Een Open Chain chocoladefabriek waar we laten zien wat de misstanden in de cacao-industrie zijn, wat wij eraan doen en hoe chocolade wordt gemaakt. Iedereen is welkom.

We zijn door 'Great Place to Work' uitgeroepen tot de op 1 na beste werkgever (in onze klasse in Nederland). Trots op! We hebben een sterk team en dat heb je nodig om het systeem van binnenuit te veranderen. Dit doen we samen.

Ondanks dat de omzet iets onder ons doel is geëindigd en we net iets meer kosten hebben gemaakt dan vooraf afgesproken, ben ik trots op de transitie die we door-gemaakt hebben. Komend jaar gaan we voor 8.500 West-Afrikaanse cacaoboeren die direct van onze premie profiteren, 2 nieuwe partnercoöperaties, nog meer traceerbare bonen en 5 nieuwe missiebondgenoten. We zullen onze financiële ambities weer strak moeten nastreven. Tenminste 50% omzetgroei, 40% brutomarge en minimaal 1,9% nettoresultaat. Absolute focus om ervoor te zorgen dat we weer de gewenste groei kunnen garanderen. Niet als doel, maar als middel om onze missie te kunnen realiseren! Want alleen samen maken we 100% slaafvrij wereldwijd de norm.

Dankjulliewel, namens alle Tony's van Team Tony's! Trots en vol vertrouwen de toekomst in! Wereldwijd impact maken!

Henk Jan Beltman
Chief Chocolate Officer

pep pep, HJ steekt
de loftrumpet af.



hoofdstuk één:

D'R IS HEEL WAT AAN DE HAND IN CHOCOLADE LAND

(dit is geen normaal jaarverslag)

Een standaard jaarverslag gaat over je bedrijf en behaalde resultaten over 't afgelopen jaar. Hebben we nieuws voor je.. dit is het jaarFAIRslag van Tony's Chocolonely. We vertellen niet alleen wat we hebben bereikt het afgelopen jaar.. we laten ook zien wat niet is gelukt. Want we zijn er nog niet. Iedereen moet aan de bak om chocolade 100% slaafvrij te maken. Daarom laten we in dit FAIRslag ook zien wat de industrie doet om misstanden aan te pakken. We maken duidelijk wat we van overheden verwachten, van retail en van de chocofans/consumenten. Zoals we bij Tony's zeggen: stop je kop niet in 'n berg cacaobonen. Iedere speler in de cacaoketen moet verantwoordelijkheid nemen om chocolade slaafvrij te maken.

Hallo wereld!

We hebben dit jaarFAIRslag gemaakt voor jou. Give it up for Team Tony's, de cacaoboeren, chocofans, klanten en leveranciers. En ja, jullie bevinden je tegenwoordig verder buiten de Nederlandse grenzen. Tony's Chocolonely wordt in steeds meer landen verkocht en da's maar goed ook. Want we hebben nog veel meer Serious Friends nodig. Want alleen samen zal 't lukken om 100% slaafvrij wereldwijd de norm in chocolade te maken.

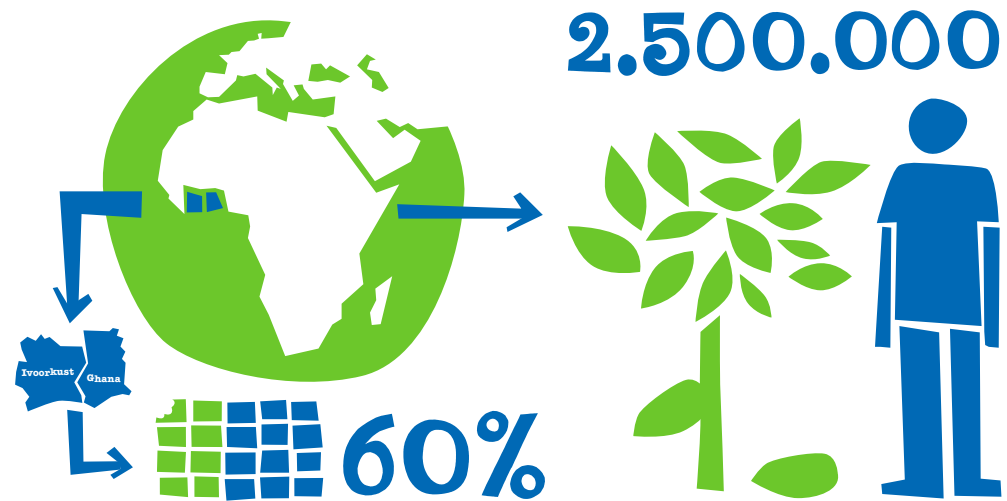
Onze repen worden verkocht in 22 landen. We zijn te vinden in onder andere de Verenigde Staten (VS), Engeland, Ierland, Duitsland, Frankrijk, België, Zweden, Finland, Denemarken, Noorwegen, Griekenland, Koeweit en Tokyo. Dat is een hele lijst, en dan hebben we nog lang niet alles genoemd. Overal waar je ons vindt laten we zien en horen wat er aan de hand is in chocoladeland. En laten we vooral West-Afrika niet vergeten. Zonder onze partners in Ghana en Ivoorkust komen we er niet. Dit FAIRslag is ook voor hen.

Ken je ons nog niet zo goed? Lees dan dit

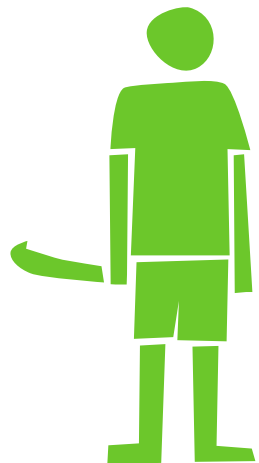
Hoe is Tony's Chocolonely ontstaan? Tony's is begonnen als een 'journalistieke reep' die aandacht wilde vragen voor een serieus probleem. Journalisten van het tv-programma de Keuringsdienst van Waarde brengen het probleem van moderne slavernij en illegale kinderarbeid in de cacao-industrie aan het licht. Als reactie daarop brengen ze in 2005 de allereerste Tony's reep op de Nederlandse markt: in een alarmerende rode wikkel en met de claim '100% slaafvrij'.

5.000 Fairtrade-chocoladerepen zijn 't begin. En hoewel die repen de winkel uitvliegen, komen de journalisten er al snel achter dat ze toch niet precies weten waar de cacaobonen vandaan komen. De bonen komen van een gigantische berg gecertificeerde en niet-gecertificeerde bonen, waar alles door elkaar ligt. Als je niet precies weet waar cacaobonen vandaan komen, kun je ook niet weten onder welke omstandigheden die verbouwd/ geproduceerd zijn. Er was dus geen enkele garantie op 100% slaafvrij. Terug naar de tekentafel dus. En in de jaren erna komen we tot de oplossing: samengevat in onze 5 samenwerkingsprincipes.

Tony's Chocolonely groeit in de jaren daarna uit tot een impactbedrijf dat chocolade maakt. Des te meer we leren, des te meer we erachter komen dat het grondig mis is in de cacao-industrie. Het economisch systeem van de cacao- en chocolade-industrie wordt gedreven door 't streven naar maximale winst. Dit leidt tot extreem lage cacaoprijzen voor de boeren in West-Afrika en tot armoede. Veel van hen zijn daardoor genoodzaakt om kinderen gevaarlijk werk te laten doen. Of bijvoorbeeld niet-betaalde arbeid in te zetten op hun cacaoplantages. Alles om het hoofd maar boven water te houden. Check die facts:

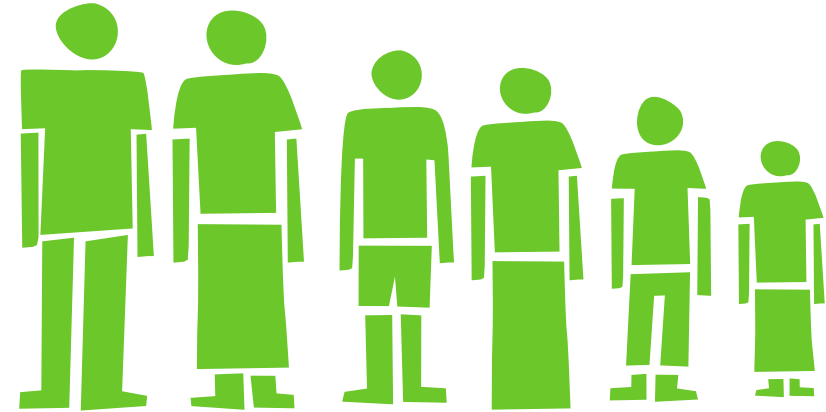


2,5 miljoen boerenbedrijven in Ghana en Ivoorkust produceren meer dan 60% van alle cacao wereldwijd. Dit is een schatting, want veel cacaoboeren staan nog nergens geregistreerd.



2.100.000

2,1 miljoen kinderen werken in Ghana en Ivoorkust onder illegale omstandigheden op het land, doordat hun ouders te weinig verdienen met de oogst. (Tulane University. 2013/14 Survey Research on Child Labor in West African Cocoa Growing Areas. 2015). Dit vinden wij niet normaal.



De cacaoboer in Ivoorkust verdient gemiddeld \$ 0,78 per dag. (Cocoa Barometer 2018; blz.6). Daar kun je niet van leven of een gezin van onderhouden, ook niet in West-Afrika. Dit jaar hebben we samen met Fairtrade bepaald wat de referentieprij voor het leefbaar inkomen per kg is: in Ivoorkust \$ 2,20 en in Ghana \$ 2,10.

30.000

Nog erger, onderzoek uit 2018 (Global Slavery Index; blz. 49) bevestigt dat er minstens 30.000 mensen slachtoffer zijn van moderne slavernij in de cacao-industrie in Ghana en Ivoorkust. Dat zijn volwassenen en kinderen die gedwongen worden om cacao te verbouwen en die daar niet voor betaald krijgen. En waarschijnlijk zijn er veel meer slachtoffers, want er is nog geen onderzoek gedaan in gebieden waar illegaal cacao geproduceerd wordt.

Verandering op ons manifest

Ons hoe, wat en waarom hebben we samengevat in Tony's manifest. We hebben 't dit jaar aangepast om 't probleem nog duidelijker te beschrijven, met respect voor alle betrokkenen:

→ De oorzaak van moderne slavernij en illegale kinderarbeid is extreme armoede. Daarom voegden we de zin 'dit is het resultaat van de ongelijk verdeelde cacaoketen' toe.

→ Het woord slaaf is vervangen door slavernij. Door mensen als slaven te benoemen houd je de ongelijkheid in stand en leg je de focus van het probleem bij het slachtoffer in plaats van bij het probleem zelf.

→ We hebben het niet meer over 'omgaan met de boeren' maar zeggen: 'zakendoen met de boeren'. Het zijn immers onze gelijkwaardige zakenpartners.

→ En in de Engelse vertalingen hebben we 'will' toegevoegd aan onze missie: together we'll make chocolate 100% slave-free. Onze missie werd in het buitenland soms ten onrechte gezien als claim. Met 'will' zijn we duidelijk over onze missie, onze toewijding en blik op de toekomst.

Het gebruik van het woord slavernij ligt gevoelig. Toch vatten we de koe bij de hoorns. Noemen 't probleem bij de naam: moderne slavernij.

Slavernij behoort tot het wrange verleden van Nederland, Engeland en de VS. De 17^e-eeuwse handel in onder andere suiker, katoen, zout en cacao. Het ging gepaard met grove menselijke tragedieën: de handel in mensen. Lang geleden zeg je? Was het maar waar. De trans-Atlantische slavernij werd pas vorige eeuw afgeschaft.

Tegenwoordig is deze vorm van slavernij wereldwijd verboden door internationale verdragen. Toch is het nooit helemaal verdwenen. Nog steeds gaan wereldwijd miljoenen mensen gebukt onder moderne slavernij of omstandigheden die er dichtbij in de buurt komen.

Trans-Atlantische slavernij en moderne slavernij zijn niet hetzelfde, maar draaien beiden om de ongelijkheid en uitbuiting van mensen. Ruim 30.000 gevallen in de cacao-industrie in Ghana en Ivoorkust laten zien waar ongelijkheid in de keten toe leidt.

Moderne slavernij, wat bedoelen we dan?

Wij noemen elke vorm van gedwongen arbeid of structurele uitbuiting van volwassenen en kinderen, inclusief de – onder geen enkele voorwaarde toegestane – ergste vormen van illegale kinderarbeid buiten de familie, moderne slavernij.

Alle vormen van illegale kinderarbeid

Hierboven hebben we het over moderne slavernij, maar illegale kinderarbeid en moderne slavernij zijn niet hetzelfde. Bijvoorbeeld gevaarlijk werk, te lang werken voor je leeftijd of werken onder schooltijd zijn vormen van illegale kinderarbeid, maar geen moderne slavernij. Illegale kinderarbeid komt veel meer voor dan moderne slavernij.

Welke vormen er precies bestaan, zie je in deze tabel.

Bron: International Labour Organization (ILO)

	kinderen onder de minimumleeftijd voor licht werk (bv 5-13 jaar) ²	kinderen binnen de leeftijdsgrenzen voor licht werk (bv 14-15 jaar) ²	kinderen van of boven de minimumleeftijd om te mogen werken (bv 16-17 jaar) ²
licht werk ¹	werk onder de minimumleeftijd voor licht werk		
normaal werk ³	werk onder de gemiddelde minimumleeftijd om te mogen werken		
gevaarlijk/risicovol werk	werk in industrieën en beroepen die als gevaarlijk worden aangemerkt, of lange uren maken en/of 's nachts werken in industrieën en beroepen die niet als gevaarlijk worden aangemerkt		
ergste vormen van illegale kinderarbeid, anders dan gevaarlijk/risicovol werk	kinderen die worden verhandeld voor werk, gedwongen en gebonden illegale kinderarbeid, commerciële seksuele uitbuiting van kinderen, gebruik van kinderen voor illegale activiteiten en gewapende conflicten		
onbetaalde riskante huishoudelijke diensten ⁴	lange uren onbetaalde huishoudelijke diensten verrichten, werken met onveilige apparatuur of zware ladingen, op gevaarlijke locaties, enz.		

¹ Grenzen van leeftijdsgroepen kunnen per land verschillen, afhankelijk van de nationale omstandigheden.

² Waar van toepassing op nationaal niveau.

³ Is van toepassing wanneer de algemene productiegrens wordt gebruikt als meetkader voor illegale kinderarbeid.

⁴ Kinderen met een baan die niet onder de rijen hierboven valt.

In de meeste gevallen zijn 't kinderen die weg van hun familie gedwongen werk verrichten, waarbij ze niet de vrijheid hebben om te stoppen met dat werk. Ook komt het voor dat kinderen door ronselaren worden meegenomen, om ver van huis te werken op een cacaoerderij van een vreemde. Het geld komt niet bij de kinderen of ouders terecht.

Onder de definitie van moderne slavernij vallen ook volwassenen die gedwongen worden om hun inkomen af te staan, omdat ze slachtoffer zijn van uitbuiters die bijvoorbeeld woekerrentes rekenen. Daardoor kunnen ze nooit een eigen bestaan opbouwen.

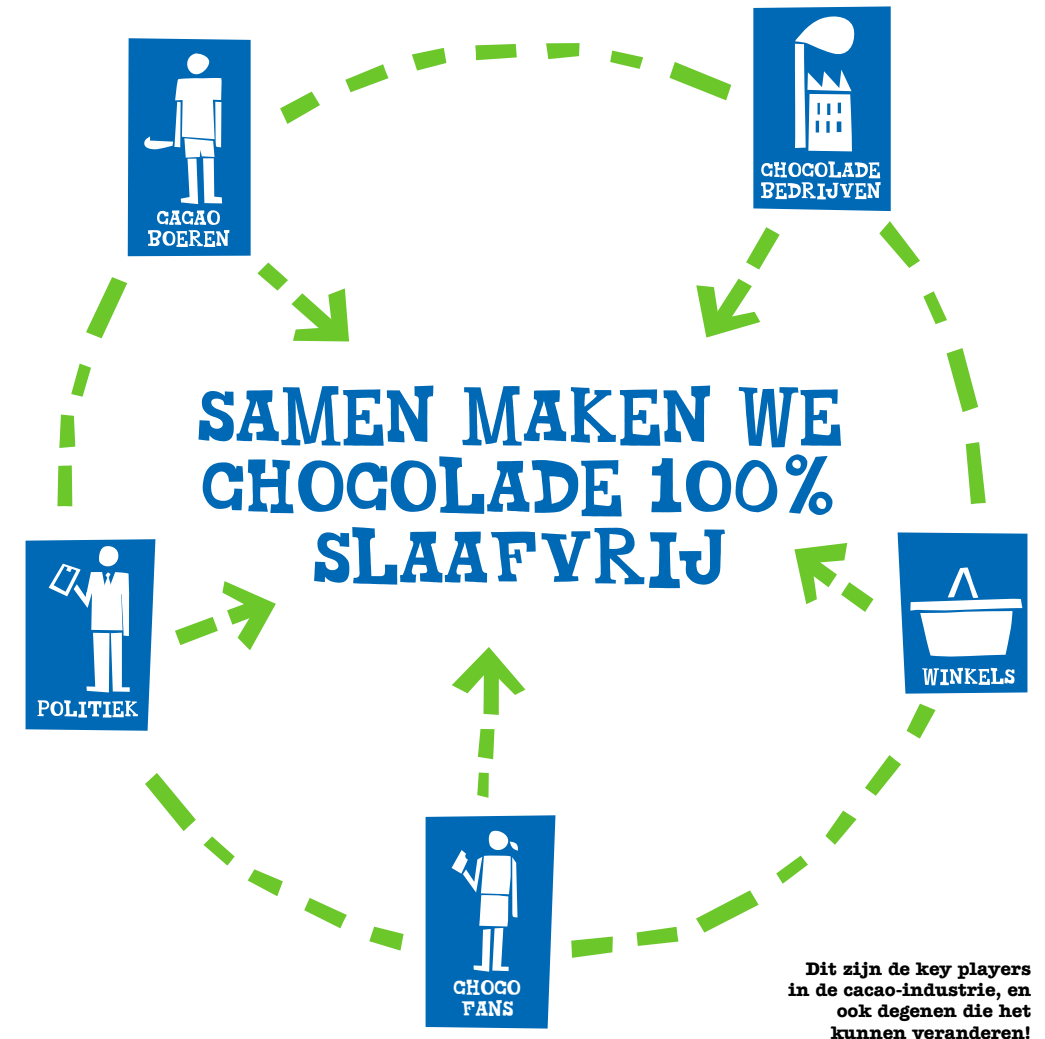
En even voor de duidelijkheid: illegale kinderarbeid is niet hetzelfde als moderne slavernij en illegale kinderarbeid komt veel meer voor dan moderne slavernij.. Gevaarlijk werk, te lang werken voor je leeftijd of werken onder schooltijd zijn voorbeelden van illegale kinderarbeid, maar 't is geen moderne slavernij als het kinderen zijn die op het land van hun ouders werken. Absoluut onaanvaardbaar dat dit nodig is omdat er veel te weinig verdiend wordt, maar geen moderne slavernij.

Moderne slavernij bij Tony's Chocolonely?

We gaan geen 100% garantie geven dat er in onze keten geen enkel geval van gedwongen arbeid voorkomt. We leggen het je uit.. In 2017 hebben we Tulane University en de Walk Free Foundation (zij zijn van de Global Slavery Index) actief laten zoeken naar vormen van gedwongen arbeid in onze keten. Daar is geen enkel geval uit gekomen. We kunnen dus wel zeggen dat het niet structureel voorkomt in onze keten. Maar.. we groeien hard, en we werken samen met steeds meer boeren en boerencoöperaties. Het kan dus best dat we in de toekomst wel een keer zo'n geval gaan tegenkomen. We zijn er juist heel alert op, want als er sprake is van gedwongen arbeid, dan willen we dat zeker vinden.

In onze keten komt nog wel illegale kinderarbeid voor. Daar willen we graag zicht op hebben, want alleen dan kun je het oplossen. Werken we hard aan – en dat doen we samen met het CLMRS (check de begrippenlijst voor de uitleg). Afgelopen boekjaar hebben we 259 gevallen van illegale kinderarbeid in onze keten gevonden. Samen met de coöperaties zijn we actief op zoek om alle gevallen te vinden en op te lossen. Gedurende dat jaar hebben we met hen 56 gevallen opgelost.

100% slaafvrije chocolade! We hadden voor de weg van de minste weerstand kunnen kiezen.. Zo is het bijvoorbeeld prima mogelijk om cacao te kopen uit gebieden waar geen misstanden voorkomen. Of we hadden in West-Afrika bijvoorbeeld een eigen, volledig gecontroleerde plantage kunnen starten, waar geen ruimte is voor nieuwe boeren om zich aan te sluiten. Maar dan zou er he-le-maal niets nada veranderen aan het foute systeem dat ongelijkwaardige handelsrelaties en armoede onder West-Afrikaanse cacaoboeren zo hardnekkig in stand houdt.



100% slaafvrij de norm in chocolade

Tony's visie is 100% slaafvrije chocolade. Niet alleen onze eigen chocolade, maar alle chocolade wereldwijd. Als chocolademaker veranderen we de industrie van binnen-uit, en samen maken we 100% slaafvrij de norm in chocolade. Het gaat er niet om wie de schuldige is, maar wie de verantwoordelijkheid heeft (en neemt!) om de misstanden aan te pakken. In dit jaarFAIRslag zoomen we per hoofdstuk in op iedere key player: we beginnen bij de boeren en eindigen bij de consumenten.



Midden 2017 daalde de wereldmarktprijs van cacao met 40%, vanwege een te goeie oogst en speculaties op de markt. In Ivoorkust daalde daardoor de prijs die de boer gegarandeerd voor cacao krijgt, met bijna 40%. Da's de Farmgateprijs en de daling daarvan heeft – nog steeds – een enorme impact op de levens van de boerengezinnen in Ivoorkust. Sommige boeren hebben dat jaar bijvoorbeeld hun kinderen niet naar school kunnen sturen. Daarnaast zijn prijzen nog steeds niet op het oude niveau.

Cacao is veeel te goedkoop

Wereldwijd wordt bijna alle cacao op een grote anonieme hoop gegooid: de internationale termijnmarkt. Gecertificeerd en ongecertificeerd door elkaar. 't Systeem werkt zo dat Big Choco cacao aan de voorkant van de cacaoberg koopt. Hierdoor is er maar weinig oog voor wat er achter die berg gebeurt. Als je geen directe relatie hebt met de boeren die jouw cacao produceren blijven hun problemen ver weg en abstract. En wordt het makkelijker om je op winstmaximalisatie te richten. Je kent de boeren en hun problemen toch niet.

Grote chocoladebedrijven behalen hele hoge winstpercentages. Met winst is helemaal niets mis, want die winst kun je weer investeren in bijvoorbeeld ontwikkelingen. Is logisch. Minder fraai is 't als het tot stand komt door uitbuiting aan 't begin van de keten, waar mensen in extreme armoede leven. Zij leiden structureel verlies, maar hebben geen alternatief. Streven naar winst is prima, streven naar winst-maximalisatie ten koste van andere partijen in je eigen keten absoluut niet. Dit raakt de boeren het meest.

Hoe zit 't dan met gecertificeerde cacao's? Zoals Fairtrade, UTZ? Dat is een stap in de goede richting, maar zeker niet genoeg voor een leefbaar inkomen voor cacao'boeren. Zolang bedrijven niet bereid zijn om een eerlijke prijs te betalen voor de cacao, zal de chocolade-industrie de problemen in de keten nooit kunnen oplossen en de beloften in het Harkin Engel-protocol* (uit 2001!) waarmaken. Chocoladebedrijven moeten de eenvoudige vraag worden gesteld: hoeveel winst wil je maken ten koste van een leefbaar inkomen voor boeren. Het in stand houden van extreme armoede, leidt tot moderne slavernij en illegale kinderarbeid.

Tony's Chocolonely betaalt een hogere prijs, die cacao'boeren in staat stelt om een leefbaar inkomen te verdienen. Met ons leefbaar inkomen model bepalen we hoe hoog die prijs moet zijn. En dit jaar hebben we samen met Fairtrade die prijs als nieuwe benchmark voor de industrie gepresenteerd: per kg cacao \$ 2,10 in Ghana en \$ 2,20 in Ivoorkust.

Deze hogere prijs is 1 onderdeel van onze 5 samenwerkingsprincipes. Naast 'n hogere prijs zijn dat sterke boeren, productiviteit en kwaliteit, langetermijnrelaties & 100% traceerbaarheid. Alles over deze principes, onze kennis van het model en veel meer staat op www.tonyschocolonely.com. We nodigen iedereen uit om deel te nemen aan Tony's Open Chain: het platform om de norm te veranderen in de industrie.

KOM IN ACTIE

Wil je van chocolade genieten zonder illegale kinderarbeid en zonder moderne slavernij? Kom dan in actie. Doe wat nodig is voor een eerlijk verdeelde keten. Ook aan het begin van de cacao'keten mag, nee moét winst gemaakt kunnen worden. En daarmee bedoelen we onder andere een leefbaar inkomen voor de boeren. Winst is een middel en geen doel op zich. Laten we dat afspreken. Dan kun je in dit jaar FAIRslag lezen hoe wij aan een eerlijk verdeelde keten werken en wat we samen kunnen doen.

* Een programma dat in 2001 is getekend door grote namen uit de chocolade-industrie om de strijd aan te binden met de ergste vormen van kinderarbeid. Het programma is geïnitieerd door 2 Amerikaanse senatoren Harkin en Engel.

Meer informatie te vinden op: www.tonysochain.com

hoofdstuk twee:

ROUTE KAART EN TEAM TONY'S



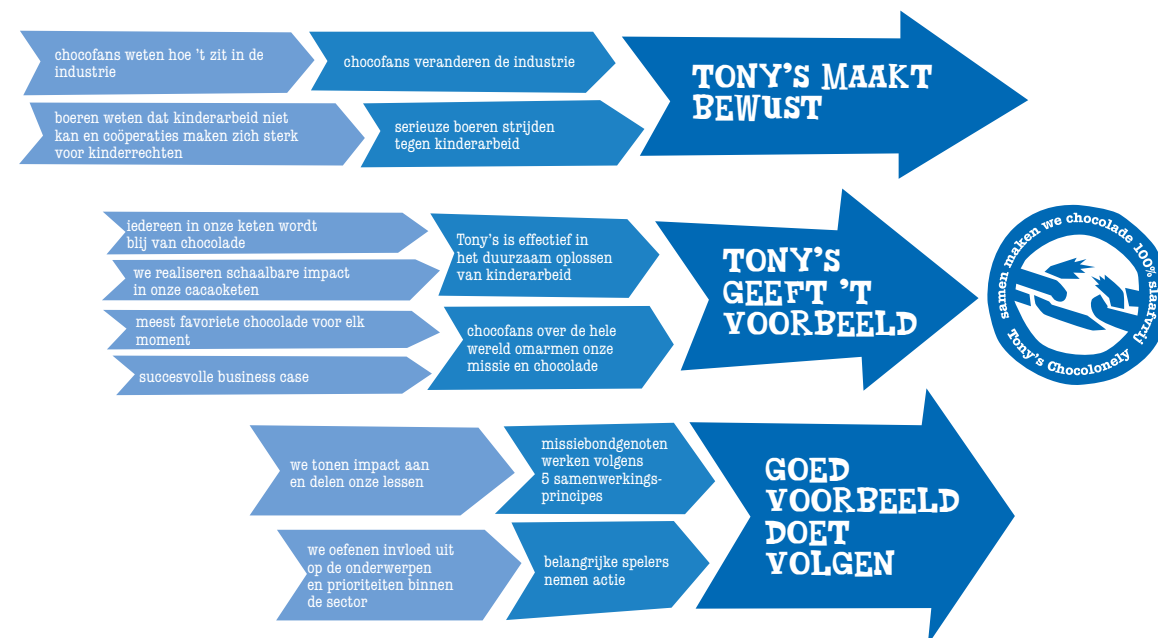
samen maken we 100% slaafvrij
de norm in chocolade

Samen maken we 100% slaafvrij de norm in chocolade. Hoe dan? Goede vraag! We hebben een strategie: onze routekaart. Als we succesvol zijn op deze 3 pijlers, dan veranderen we de industrie van binnenuit.

Onze routekaart bestaat uit 3 pijlers:

- Tony's maakt bewust
- Tony's geeft 't voorbeeld
- Goed voorbeeld doet volgen

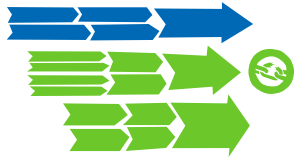
Per pijler hebben we doelen en deelstrategieën gedefinieerd, die ons steeds een stapje dichterbij onze missie brengen. En je begrijpt: dit is work in progress.



Hoe gaat 't ermee?

Onze voortgang op de routekaart houden we 't hele jaar in de gaten. Waar gaat 't goed, wat kan nog beter? En aan het eind van het jaar is daar accountants-organisatie PwC! De dames en heren van PwC reviewen onze prestatie-indicatoren. Met de uitkomst wordt duidelijk hoe 't ervoor staat met onze voortgang op Tony's routekaart. Dit jaar beoordeelde PwC 13 prestatie-indicatoren. Da's er eentje meer dan vorig jaar en die zit op de derde pijler. Het is de start van Tony's Open Chain.

En natuurlijk volgen we in dit jaar FAIRslag ook weer de GRI Standards. Dat is de wereldwijde standaard die door bedrijven wordt gebruikt voor hun duurzaamheids-verslagen. Lekker transparant, houden we van. Meer daarover in bijlage 1.

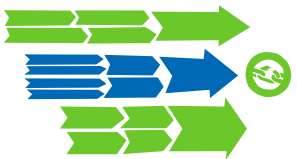


Eerste pijler: Tony's maakt bewust

71% van de chocofans in Nederland weet van het bestaan van moderne slavernij op de cacaoplantages in West-Afrika.

Een jaar geleden zaten we nog op 67%. Serious Friends zijn de chocofans wereldwijd die willen weten wat er gaande is in de industrie en die in actie komen als 't nodig is. Hoe groter deze groep, hoe meer druk we kunnen zetten. De teller staat dit jaar op 19.835. Dat zijn er 11.266 meer dan vorig jaar. Het zijn er nog echt niet genoeg, dus werk aan de winkel.

Actie is langs de hele keten nodig. In Ghana en Ivoorkust gebeurt dit via het Child Labour Monitoring and Remediation System (CLMRS). Een systeem ingevoerd door onze partnercoöperaties, dat als doel heeft om illegale kinderarbeid inzichtelijk te maken en op te lossen. Meer daarover lees je in hoofdstuk 3. Wat we alvast wel vertellen is dat we het afgelopen jaar mooie resultaten hebben geboekt. De bewustmakingssessies die de coöperaties organiseerden kenden afgelopen boekjaar 25.846 deelnames. Vorig jaar waren dit er 936. Ongelooflijk toch! Hier zitten ook deelnemers bij die vaker dan 1 keer een sessie hebben bijgewoond. En dat moedigen we aan!



Tweede pijler: Tony's geeft 't voorbeeld

Op verschillende vlakken laten we zien dat chocolade maken echt anders kan. 't Is een ambitieus doel, weten we. Daarbij hoort een ambitieus team: Team Tony's. Iedere Tony werkt elke dag aan 't bereiken van ons doel: 100% slaafvrij de norm maken in chocolade, wereldwijd. In onze halfjaarlijkse werkpret-enquête geven we ongezouten aan wat we vinden van werken bij Tony's. Dit jaar scoorden we gemiddeld een 8. Vorig jaar was dit nog een 8.1. Een iets lagere score. Dat vinden we jammer. Vooral op de punten bevoegenheid en betrokkenheid scoorden we iets minder goed. De komende maanden gaan we met elkaar in gesprek om te kijken hoe we op deze punten kunnen verbeteren. Alles geweldig? Nog niet. Veel Tony's erbij heeft nog niet geleid tot een verlaging van de gevoelde werkdruk. Ook is efficiënt werken nog een uitdaging. Ai..

Het goede voorbeeld geven we ook met onze 5 samenwerkingsprincipes. Deze staan aan de basis van het realiseren van gelijkwaardige relaties.

We geloven in onze 5 partnercoöperaties en hun missie om schaalvoordelen te behalen. Met hen sloten we in 2017 een 5-jarig memorandum van overeenstemming, met sommige coöperaties al voor de tweede keer.

We hebben voor het tweede jaar op rij 100% van de 5.465 metric ton (mt) cacaobonen traceerbaar ingekocht via onze partners. 6.624 boeren, allemaal lid van een van de 5 coöperaties, produceerden deze bonen. Die traceerbaarheid is belangrijk, want zo weten we precies waar onze bonen vandaan komen. Zo kunnen we met de boeren werken aan verbetering en het tegengaan van illegale kinderarbeid. En we groeien hard: volgend jaar starten we een samenwerking met 2 nieuwe coöperaties in Ghana!

Om illegale kinderarbeid echt aan te pakken moet je verschillende dingen doen. Met armoede als grondoorzaak, moeten bedrijven bereid zijn om een betere prijs te betalen voor de cacao. Zolang de cacaoprijs zo laag is, moet dit met extra premies. De Fairtrade-premie is een eerste stap, maar niet voldoende. Vandaar Tony's additionele premie. Afgelopen jaar betaalden we 2,6 miljoen euro aan premies. De premies kun je opsplitsen in € 1 miljoen Fairtrade-premie en 1,6 miljoen Tony's additionele premie.

Daarnaast is het belangrijk dat West-Afrikaanse cacaoboeren en kinderen weten wat illegale kinderarbeid is. En dat ze weten dat je dit lastige onderwerp kunt bespreken. Om dat voor elkaar te krijgen, is 't nodig actief op te zoek gaan naar de gevallen van illegale kinderarbeid. Dit doen onze partnercoöperaties door inzet van 't CLMRS. Sinds de start in 2017 zijn 527 gevallen van illegale kinderarbeid gevonden. Het eerste jaar waren dat er 268 en afgelopen boekjaar 259. Als je weet waar de problemen zitten en waarom kinderen werken, kun je werken aan concrete oplossingen. De coöperaties werken daar hard aan en hebben het afgelopen boekjaar 56 gevallen opgelost.

Onze jaarlijkse marktgroei laat zien dat je als impactbedrijf prima commercieel succesvol kan zijn. We zijn nog steeds marktleider op de Nederlandse markt met een marktaandeel van 18,8% (Nielsen). Meer omzet betekent meer impact. Ook kunnen we zo meer druk leggen op de rest van de sector. 21% van de Nederlandse chocofans geeft aan dat Tony's het favoriete chocolademerken is (Brandtracker). En over de grens? Goeie vraag. Internationale groei bereik je niet zomaar. Daarom zagen we afgelopen boekjaar als een tussenjaar. hmmm.. dat klinkt misschien wat te relaxt. Het was eerder een voorbereidend jaar waarbij we grote investeringen deden. Dit jaar behaalden we een break-even nettoresultaat. Volgend jaar verwachten we weer op een klein winstpercentage uit te komen.

Afgelopen boekjaar vervoerden we al onze zeevracht CO₂-neutraal: op biobrandstof. Dus van Rotterdam naar New York, Abidjan naar Antwerpen en Tema naar Antwerpen. Een goede verbetering ten opzichte van het jaar daarvoor, toen alleen nog onze repen groen naar de VS voeren. Het is een besparing van 200,35 ton CO₂ tegen een bijdrage van \$ 21.766,33. Dat is nog maar een kleine besparing. De rest van onze CO₂-uitstoot compenseren we. Ieder jaar bepalen we onze CO₂-footprint van boon tot

We spreken van een opgeloste case wanneer een remediation activiteit heeft plaatsgevonden voor het kind en/of haar ouders. Die vervolgens voor minimaal 6 maanden zijn gemonitord. En waaruit blijkt dat het kind geen illegale kinderarbeid meer heeft verricht of de leeftijd van 18 heeft bereikt.

reep, from bean to bar. Voor afgelopen boekjaar komt dat uit op 33.903 ton CO₂. Via onze samenwerking met Justdiggit compenseerden we 100% van de CO₂-uitstoot: met landherstelprojecten die een positieve impact hebben op klimaatverandering.



Derde pijler: Goed voorbeeld doet volgen

Via ons Open Chain-platform kunnen chocoladebedrijven de 5 principes van Tony's Open Chain over nemen en zo samen de chocolade-industrie veranderen. Want alleen samen kunnen we structurele verandering naar een meer gelijk verdeelde cacao keten

Wat vindt accountant PwC ervan?

Dat kun je allemaal lezen in het Assurance Report. De indicatoren die vallen binnen de reikwijdte van de review van de accountant zijn in dit hoofdstuk gemarkeerd met deze mooie \diamond . In Belangrijke Bijlage 2 vind je de definities van de indicatoren die vallen binnen deze reikwijdte. In Belangrijke Bijlage 3 het formele Assurance Report van PwC.

71% van de chocofans (NL) weet van het bestaan van moderne slavernij op de cacao plantages.

25.846 mensen die deelgenomen hebben aan bewustwordingsactiviteiten binnen 't CLMRS.

18,8% marktaandeel behaald (NL).

5 coöperaties met wie we een 5-jarig Memorandum van Overeenstemming hebben afgesloten.

100% van de cacao bonen in onze chocolade traceerbaar tot aan onze partnercoöperaties.

5.033 huishoudens die cacao verbouwen en deelnemen aan 't CLMRS.

259 gevallen van illegale kinderarbeid gevonden bij Tony's partnercoöperaties middels 't CLMRS.*

19.835 Serious Friends.

8 Gemiddelde score van de werkpret-enquête.

6.624 boeren die profiteren van de Tony's premie.

21% van de chocofans (NL) dat aangeeft dat Tony's hun favoriete chocomerk is.

100% CO₂-voetafdruk gecompenseerd.

1.500 ton cacao ingekocht via Open Chain.

*Dit zijn niet alle gevallen, want nog niet alle huishoudens zijn onderdeel van het CLMRS. Daarnaast is er een onvermijdbaar risico dat het CLMRS niet alle gevallen van illegale kinderarbeid vindt. Dit komt doordat de community facilitators niet altijd alle huishoudens kunnen bezoeken én tijdens hun bezoek onterecht kunnen constateren dat er geen illegale kinderarbeid is.

20 hoofdstuk 2 samen maken we 100% slaafvrij de norm in chocolade

TKPI18, GRIS08-4, GRIS08-8

stimuleren. Via het platform delen we kennis en tools. Vorig jaar november tekenden we een contract met onze eerste missiebondgenoot: Delicata van Albert Heijn. Als eerste chocolademerkt kocht Delicata afgelopen seizoen 1.500 ton cacao \diamond volgens de 5 principes van Tony's Open Chain. Samen met ons werken ze om 100% slaafvrij de norm in chocolade te maken. En dit is pas het begin.. meer bondgenoten zullen volgen!

Team Tony's

Team Tony's \diamond blijft groeien. We zijn serieus als 't om mensen gaat en ons team staat bij ons centraal. Een sterk, betrokken en bevlogen team is nodig om onze visie waar te maken. Dus daar steken we veel energie in. Precies een jaar geleden stond de teller op 87 Tony's \diamond in totaal, maar inmiddels zitten we op 143 \diamond : 90 op onze Home Base, 30 Super Stars in onze Super Store en flex-Tony's, 5 in Engeland en 18 in Amerika. Oh my! De Super Stars zijn de Tony's die elke dag onze missie in onze brandstores in Nederland uitdragen. In zowel Tony's Thuis Store als Super Store zie je ook regelmatig Team Tony's voorbijkomen, want die staan ook zelf om toerbeurt in onze stores.

Onze waarden zijn ons kompas en leiden ons bij het maken van de keuzes.

KRITISCH

We hebben en geven een duidelijke mening over onszelf, chocolade en de wereld. We zijn open, zeggen altijd waar het op staat en blijven vragen stellen. Zo blijven we leren en houden we onszelf en anderen scherp.

EIGENZINNIG

We zijn een pionier pur sang. We geloven in vrijheid en ruimte om dingen anders te doen, dat maakt ons origineel en grensverleggend. We verkennen nieuwe wegen als we geloven dat de wereld daar beter door wordt. Zo blijven we onszelf uitvinden en anderen inspireren.

OM BLIJ VAN TE WORDEN

Positief als we zijn geloven we in kansen en in het goede van mensen. Liever een tikkeltje naïef dan negatief. We hebben lol in wat we doen, blijven lachen en zijn daarom vol energie om bergen chocolade te verzetten.

ONDERNEMEND

We zijn een commerciële organisatie, een bedrijf dat de wereld mooier wil maken. Geld is niet ons doel, maar een middel om onze visie te realiseren. We hebben lef, durven groots en zonder beperkingen te denken en krijgen daarom veel voor elkaar. We kiezen nooit de makkelijkste weg en houden vol waar anderen afhaken.

Met de sterke groei van Tony's blijft het belangrijk om onze cultuur te voeden en versterken. In onze cultuur draait 't om onze 4 kernwaarden, om de wil om altijd de lat hoger te leggen (raise the bar!) en dat we – naast gek op chocolade – serieus zijn als het om mensen gaat. Dat we dat niet slecht doen, wordt ook door anderen gezien. In Nederland eindigden we dit jaar als tweede in de categorie Medium sized Best Workplaces 2019 in de lijst van Great Place to Work. Zijn we beretrots op!

TKPI18, GRI102-7, GRI102-8, GRI102-16, GRI103-2

hoofdstuk 2 samen maken we 100% slaafvrij de norm in chocolade

21

Het mag duidelijk zijn: we nemen onze cultuur serieus. 't Versterken ervan kreeg 't afgelopen jaar dan ook serieus veel aandacht: in Nederland en op onze kantoren in de VS en Engeland. We zijn ervan overtuigd dat onze cultuur een belangrijke rol speelt bij 't behalen van onze resultaten.

Serious about people

En omdat we alsmaar nieuwe Tony's in ons team verwelkomen, en we hen goed klaar willen stomen en kennis laten maken met onze manier van werken, hebben we Typisch Tony's Tijd nog verder verbeterd. Dat is de periode waarin een nieuwe Tony volledig wordt ondergedompeld in onze Typisch Tony's cultuur. Waar voorheen Typisch Tony's tijd 3 maanden duurde, hebben we dat na feedback vanuit het team aangepast naar 1 week! Hoppa. Informatie kwam soms namelijk te laat en het was voor het People & Culture team heel wat geplan. Nu is elke 1^e week van de maand Typisch Tony's Tijd. Daarin komt elk team aan 't woord om zo de nieuwe Tony zoveel mogelijk wegwijs te maken in onze organisatie en met 't team. Zo is er een Sales Pitch van Frits en het beroemde Chococollege van Paul. Typisch Tony's Tijd was al mooi, maar hee, let's raise the bar!



Say chocolaaaaateeeee!
Q meeting team US.

Eén team, één missie

We vatten 't nog even voor je samen. Onze missie staat centraal en komt terug in al onze gesprekken, besluiten en acties. De routekaart geeft houvast en laat zien hoe we de cacao-industrie van binnen willen veranderen. Bij een ambitieus doel, hoort een ambitieus team: Team Tony's. De kernwaarden zijn daarbij ons kompas en leiden bij 't maken van keuzes. There you have it. Een ijzersterk 1, 2, 3, 4-tje!



Buro bingo bij Tony's:
alleuh ballen
verzameleuh!



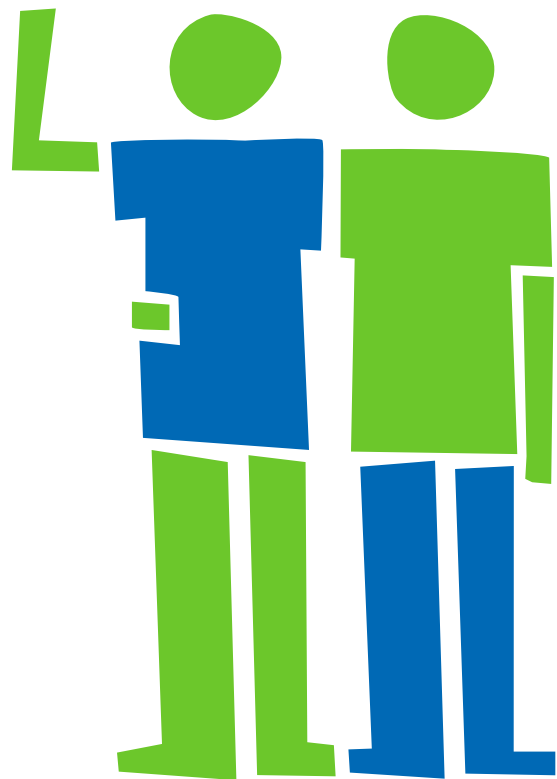
All aboard the Plastic Whale Boat.



Team Tony's UK
goes Formal Friday.

hoofdstuk drie:

SERIOUS FARMERS



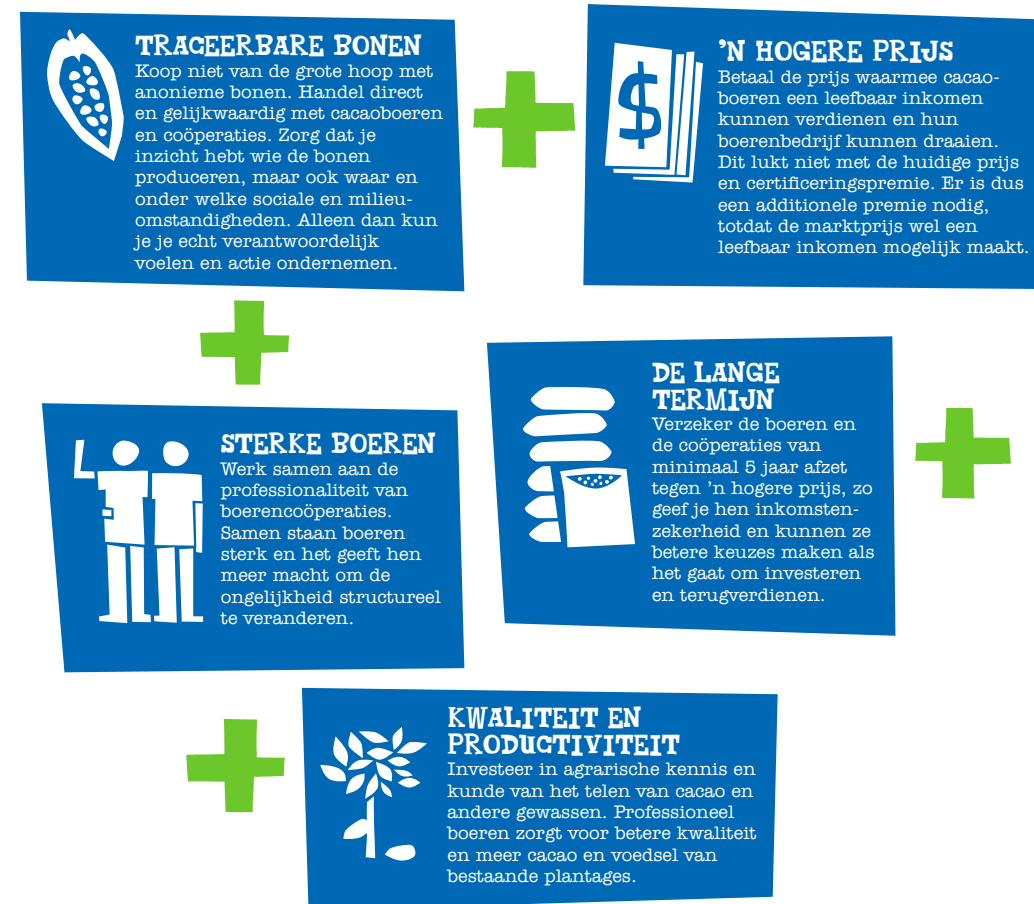
hechte relaties en
echte betrokkenheid

In Tony's Open Chain zijn directe relaties onmisbaar. We willen de anonimiteit in de chocoladeketen doorbreken, om de 'geaccepteerde' ongelijkheid en uitbuiting in de productie van chocolade uit te bannen. En we werken samen volgens de 5 samenwerkingsprincipes.

Om 't maar ff recht te zetten: cacaoboeren in West-Afrika zitten in de armoede omdat het economische systeem hen niet in staat stelt uit de armoede te komen. Ze zitten gevangen in het ongelijke economische systeem, de zogeheten armoedeval. Alleen als wij met zijn allen de regels van dit systeem veranderen, kunnen we die cirkel doorbreken.

Samenwerkingsprincipes

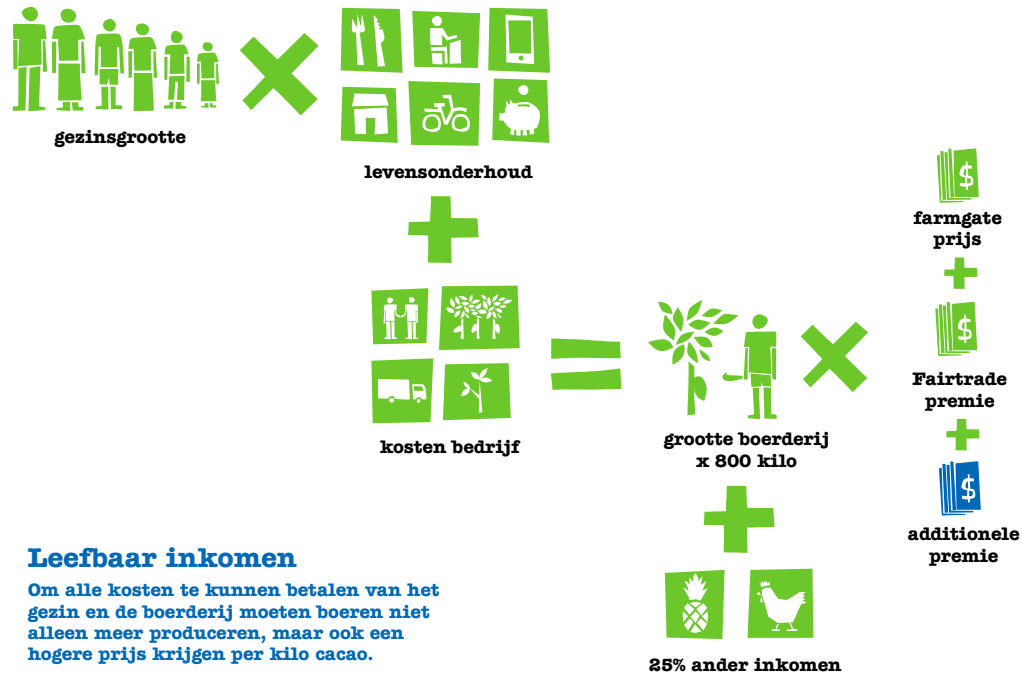
Om echt tot een structureel ander verdeelde keten te komen, moet je meerdere regels tegelijk veranderen. Wij hebben 5 spelregels opgesteld voor de spelers in de keten: onze 5 samenwerkingsprincipes. Zaken doen volgens deze 5 principes zou het nieuwe normaal moeten worden. Komen ze:



'n hogere prijs

Iedereen die serieus cacaobonen verbouwt verdient een leefbaar inkomen. Tot er een structurele oplossing (een hogere cacao prijs!) is voor de veel te lage cacao prijzen, vullen we het gat dat zit tussen een leefbaar inkomen en de prijs die een boer krijgt voor zijn bonen: met een premie. Dit doen we al sinds 2013. De Fairtrade-premie van \$ 200 per ton cacao is niet genoeg, daarom betalen we een additionele premie. De totale premie (incl. Fairtrade) van 2018/2019 was in Ivoorkust \$ 520 per ton cacao en Ghana \$ 460 per ton cacao. Afgelopen jaar kochten we 5465 ton traceerbare bonen. Ons doel was om 5.500 ton bonen te kopen. 6.624 boeren profiteerden van Tony's premie. We betaalden in totaal € 2,6 miljoen aan premie.

Tijdens seizoen 17/18 betaalden we in Ivoorkust \$ 600 per ton cacao en in Ghana \$ 375 per ton cacao aan premie. De Farmgateprijs was dit jaar weer iets hoger in Ivoorkust, waardoor de premie per ton iets omlaag ging.



We betalen de additionele premie rechtstreeks aan de coöperaties van onze partnerboeren, zodat niet elke schakel (zoals lokale en internationale handelaren, cacaoverwerkers of repenmakers) in de chocoketen een percentage van deze hogere prijs krijgt. Boeren beslissen gezamenlijk hoe de premie wordt besteed. Tijdens de jaarvergaderingen van de coöperaties worden de financiën transparant besproken en premiebestedingen door leden zelf goedgekeurd. We streven ernaar dat minimaal 50% in cash naar de boeren gaat. Een gedeelte van de premie is nodig voor: training, besturen van de coöperaties en materialen. Zoals bijvoorbeeld een vrachtwagen om de zakken cacao bij de boeren op te halen.

Leefbaar inkomen als nieuwe norm

Ook Fairtrade is lange tijd bezig geweest met een leefbaar inkomen rekenmodel. Afgelopen seizoen waren er daarom 2 rekenmodellen met hetzelfde doel. Allebei met net wat andere aannames en dus verschillende uitkomsten. Niet handig.. want dit schept verwarring in de sector en zou een reden kunnen zijn voor chocobedrijven om te zeggen.. ja als het onduidelijk is, dan doe ik maar niets. Daarom hebben we samen met Fairtrade hard gewerkt aan 1 leefbaar inkomen rekenmodel die uitgaat van dezelfde controleerbare variabelen (zoals gezinsgrootte). Met succes, want.. tadaaaaa! Sinds kort is er 1 leefbaar inkomen referentieprij voor de industrie.

We roepen iedereen binnen de industrie op om dit model te gebruiken en een prijs voor de cacaobonen te betalen waarmee een leefbaar inkomen haalbaar wordt, en dit de nieuwe norm te maken!

	Ivoorkust	Ghana
gezinsgrootte	8	6
levensonderhoud	\$ 2,49	\$ 2,16
bedrijfskosten	\$ 2.216	\$ 1.062
grootte boerderij (in hectare)	4.4	2.74
gewenste productiviteit	800	800
inkomen uit ander werk	\$ 1.745	\$ 1.183
Living Income Reference Price (per kilo)	\$ 2,20	\$ 2,10

→ De referentieprij voor het leefbaar inkomen is \$ 2,20 per kg cacao in Ivoorkust en \$ 2,10 per kg cacao in Ghana.

Onze Tony's premie in Ghana en met name Ivoorkust gaan aankomend bonenseizoen behoorlijk omhoog. Reden daarvoor is dat 't gat tussen de Farmgateprijs en de prijs voor 't leefbaar inkomen groter is geworden. Allereerst laat ons verbeterd leefbaar inkomen rekenmodel een hoger leefbaar inkomen referentieprij per kg zien. Ook steeg de Farmgateprijs maar een heel klein beetje (en hij was al zo laag). Het gat is dus groter geworden en daarom stijgt de Tony's premie. Voor de boeren die aan Tony's en Delicata leveren is het goed dat we het gat vullen, maar de andere miljoenen boerenfamilies moeten het echt nog met veel te weinig doen. Tony's premie is in totaal \$ 825 per ton in Ivoorkust en \$ 575 per ton in Ghana. Komend seizoen is de additionele premie in Ivoorkust \$ 350 per ton cacao en Ghana \$ 335 per ton cacao. Daarbovenop betalen we in Ivoorkust ook nog \$ 235 per ton cacao voor het verschil tussen de farmgateprijs en de Fairtrade-minimumprijs. Per 1 oktober 2019 heeft Fairtrade haar gegarandeerde minimumprijs en vaste premie met 20% verhoogd naar \$ 240 per ton cacao. Ook Fairtrade zet dus een stap in de goede richting.

En er is meer goed nieuws te melden: afgelopen seizoen spanden de overheden van Ghana en Ivoorkust zich in om een hogere cacaoprijs vast te stellen. Hoe? Door tijdelijk de handel plat te leggen en een hogere minimumprijs te eisen.

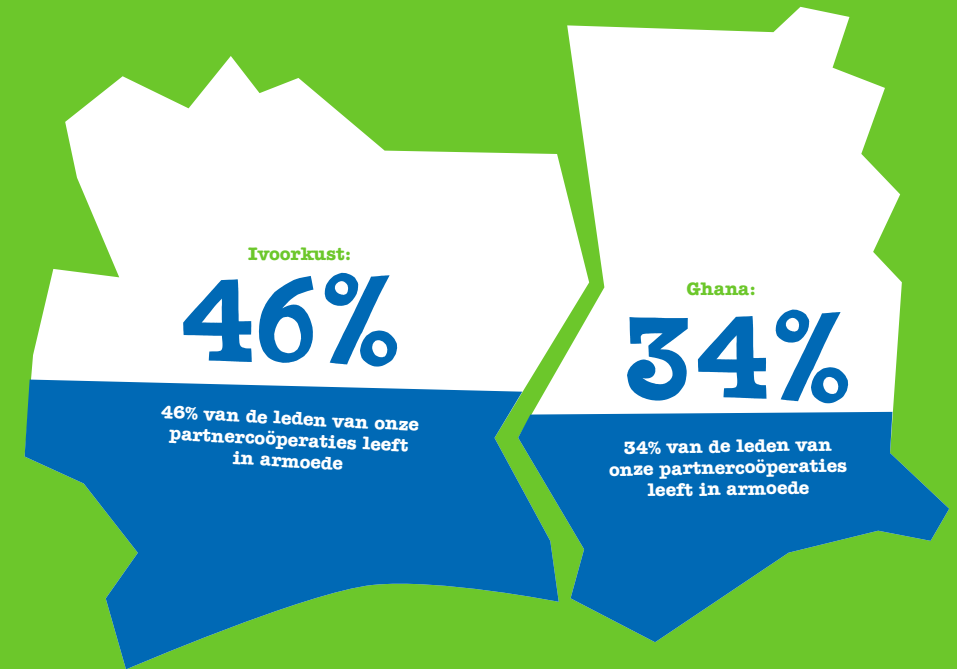
Belvas, Oxfam Fairtrade et Delicata

Deze 3 hebben zich gecommitteerd aan de Living Income Reference Price. Chocofantastico! Wie volgt?

Een ingewikkeld probleem

We roepen 't nog maar eens: armoede is de grondoorzaak van illegale kinderarbeid en moderne slavernij. Betekent dit dat iemand met een leefbaar inkomen automatisch uit de armoede is? Helaas niet. Armoede is een ingewikkeld probleem, dat niet zomaar één oplossing kent. Er zijn verschillende oorzaken en achterliggende problemen. Want, wat heb je nou aan meer geld als je je kinderen niet naar een school kan sturen. Of als je als ouder elke dag kilometers moet lopen om aan schoon drinkwater te komen.

Afgelopen boekjaar hebben we daarom in kaart gebracht hoe 't ervoor staat met het welvaartsniveau van leden van onze partnercoöperaties. We kijken naar de levensstandaard in een huishouden, en of ze toegang hebben tot gezondheidszorg en onderwijs. En dit zijn de resultaten:



→ Er zijn in Ghana en Ivoorkust 908 boeren geïnterviewd: bij de 5 huidige partnercoöperaties en de 2 nieuwe partnercoöperaties. En zo weten we dat in Ghana 34% van de leden van partnercoöperaties in armoede leeft. In Ivoorkust is dit hoger: 46% leeft in armoede (berekend aan de hand van de Multidimensional Poverty Index). Om 't concreter te maken een paar resultaten:

- Koken op minder hout en zonder rook: in beide landen kookt de overgrote meerderheid van huishoudens met hout of kolen. Bij 't stoken komt veel rook en andere vervuiling vrij. Heeft ernstige gevolgen voor klimaat en gezondheid (vervuiling, luchtwegaandoeningen). Daarnaast kost 't vaak veel tijd.. en dat betekent minder tijd voor betaalde arbeid, scholing en opvoeding.
- Sanitaire voorzieningen: de meeste boeren in Ivoorkust en Ghana hebben geen toegang tot fatsoenlijke sanitaire voorzieningen.
- 4 van de 10 boeren heeft geen toegang tot elektriciteit en iets meer dan een derde heeft geen toegang tot schoon drinkwater.
- Onderwijs: in Ivoorkust is er in bijna 1 op de 3 huishoudens ten minste 1 schoolkind (tussen 6 en 14 jaar) dat niet naar school gaat. In de partnercoöperaties in Ghana is dat een veel minder groot probleem. Hier geven slechts 3,2% van geïnterviewde huishoudens aan dat een schoolgaand kind 't afgelopen jaar niet naar school ging.
- Voedsel: boeren in Ghana hebben veel meer moeite om voldoende en voedzaam voedsel op tafel te zetten dan de boeren in Ivoorkust.

Verbeteren van de toegang tot onderwijs, fatsoenlijke sanitaire voorzieningen en basis gezondheidszorg komen sterk terug in de plannen van de coöperaties voor gemeenschapsopbouw. Samen met de coöperaties gaan we onderzoeken of andere kookmethodes mogelijk zijn.

Blijvende en positieve veranderingen

In een gemiddelde cocoa-gemeenschap zijn er maar bar weinig scholen of doktersposten. Toegang tot schoon drinkwater is er ook niet altijd. Een sterke gemeenschap heeft basisvoorzieningen nodig. We hebben onze partnercoöperaties gevraagd om een plan te maken voor de komende 5 jaar, waarin staat wat er volgens hen moet verbeteren:

- ➔ Bouwen/renoveren van schoolgebouwen
- ➔ Verbeteren kwaliteit en toegang tot onderwijs
- ➔ Watervoorzieningen en sanitaire voorzieningen
- ➔ Ondernemerschap & alternatieve inkomstenbronnen (voor vrouwen)

Boeren – niet wij – kiezen ervoor om een gedeelte van hun premie hieraan te besteden; afgelopen jaar zo'n 12%. Het klinkt gek, maar wij willen niet dat er te veel geld van de premie naar deze projecten gaat. Eigenlijk zou geld voor dit soort achterstallig onderhoud in de gemeenschappen door andere partijen betaald moeten worden. Welke andere partijen dat zijn? Nou, overheden bijvoorbeeld en er is hier ook echt een rol weggelegd voor foundations en bedrijven die jarenlang voor te weinig geld hun bonen hebben gekocht (naast het nu wel betalen van de referentieprijzen voor het leefbaar inkomen uiteraard). Maar als de boeren er zelf voor kiezen hieraan bij te dragen, dan kan dat natuurlijk wel.

Maar er is veel meer nodig om illegale kinderarbeid structureel op te lossen. Als chocoladebedrijf nemen we direct verantwoordelijkheid om gevonden gevallen van illegale kinderarbeid op te lossen. En ook de Chocolonely Foundation waar 1% van Tony's omzet naartoe gaat, draagt voor een groot deel bij. Circa 60% wordt besteed aan community development-projecten. Meer hierover op pagina 78.

Ceeee.. whaaaat?

Alweer 3 jaar geleden zijn we gestart met 't Child Labour Monitoring and Remediation System. Ja uhh.. watte?! We noemen het 't CLMRS. Het helpt onze partnercoöperaties om illegale kinderarbeid inzichtelijk te maken, op te lossen en 't ook zoveel mogelijk te voorkomen.

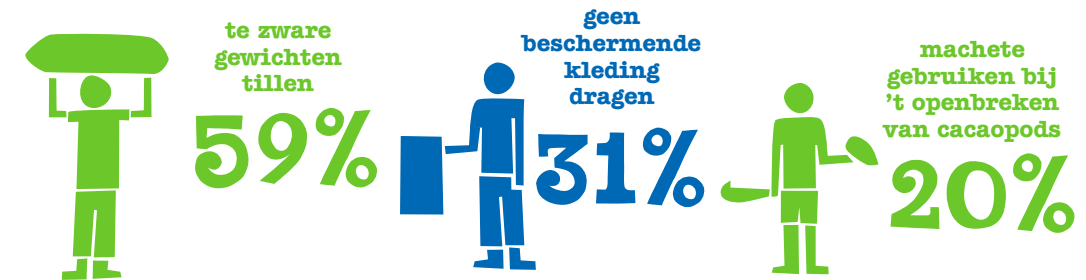
Wij willen de gevallen die er zijn vinden, want dan pas kun je er wat aan doen en impact hebben. Dit jaar zijn 5.030 boeren onderdeel van het CLMRS bij onze partnercoöperaties. Ons doel is 100% leden partnercoöperaties in CLMRS. Het afgelopen jaar hebben we besloten dat we CLMRS uitrollen naar alle leden van een coöperatie, niet alleen de boeren die aan ons leveren. We willen immers impact maken die groter is dan dat wij zijn. Nog niet alle leden van onze partnercoöperaties zitten trouwens in 't CLMRS. De ledenlijst van zo'n coöperatie verandert voortdurend en daarom is het een uitdaging om die 100% te halen. Mooi bijkomend resultaat; de coöperaties houden nu actiever hun ledenlijsten bij.

Waar staan we nu?

259

gevallen van illegale kinderarbeid hebben we afgelopen jaar gevonden (totaal sinds de start van het monitoren in 2017: 527*)

Deze kinderen doen gevaarlijk werk op cocoa-plantages. Meest voorkomend:



In september 2018 zijn we gestart met het structureel oplossen (=remediation). Er zijn 56 gevallen opgelost, en bij 315 gevallen vindt remediation plaats. Hoe gebeurt dit dan eigenlijk? Nou.. allereerst met bewustwordingssessies: wat kunnen kinderen wel en niet doen op een boerderij. Daarnaast ook concrete acties:

In Ivoorkust zijn in de cocoa-gemeenschappen die aan ons leveren alle kinderen zonder geboortecertificaat opgespoord. Dat zijn allemaal risicogevallen, want daardoor bestaan ze officieel niet en kunnen ze in onveilige situaties terecht komen. De komende tijd krijgen al deze

94

zorgverzekeringen – zodat kinderen gezondheidszorg kunnen ontvangen als ze ziek zijn.

22

kruiwagens om te voorkomen dat de kinderen te zware gewichten tillen.

3.348

kinderen een geboortecertificaat.

11

fietsen om mee naar school te fietsen (ipv lange wandeling moeten maken).

4

vakopleidingen voor tieners die niet meer naar school gaan, maar die wel leerplichtig zijn.

*Dit zijn nog niet alle gevallen, want nog niet alle huishoudens zijn onderdeel van het CLMRS. Daarnaast is er een onvermijdbaar risico dat het CLMRS niet alle gevallen van illegale kinderarbeid vindt. Dit komt doordat de community facilitators niet altijd alle huishoudens kunnen bezoeken én tijdens hun bezoek onterecht kunnen constateren dat er geen illegale kinderarbeid is.

Samen met de coöperaties hebben we hard gewerkt aan de verdere uitrol van 't CLMRS. We hebben besproken hoe het systeem gebruiksvriendelijker kan worden. Dit leverde veel goede feedback op, die we doorgespeeld hebben aan de International Cocoa Initiative (ICI). ICI, eigenaar van 't CLMRS, werkt inmiddels aan een nieuw datamanagementsysteem waarmee de partners met 1 druk op de knop een rapport uit kunnen draaien. De vragenlijsten zijn een stuk korter en zo worden er nog meer zaken 'n stukkie makkelijker gemaakt. Zo worden de coöperaties steeds meer eigenaar van het systeem. Vanaf 1 maart 2020 zijn de coöperaties 100% verantwoordelijk voor het runnen van 't CLMRS.

Kinderrechten

We hebben het met onze partnercoöperaties niet alleen over illegale kinderarbeid, maar steeds meer en vaker over kinderrechten. We geloven in de vrijheid en ruimte om dingen anders te doen en dit doen we op z'n Tony's. We brengen de jongeren in cacao-gemeenschappen daarom in contact met toffe peren: charismatische en inspirerende mannen en vrouwen. Met inspirerende levensverhalen, open discussies, spel en muziek, maken ze zware sociale thema's bespreekbaar en brengen ze toekomstperspectief in het leven van kinderen.

Ambassadeurs en sterke partners

Onze partners zochten en vonden inspirerende mannen en vrouwen in cacao-gemeenschappen rondom Tony's partnercoöperaties. Deze 140 ambassadeurs, die 100% voor onze missie gaan, zijn getraind op het gebied van storytelling en op 't promoten van kinderrechten: op z'n Tony's.

De groep bestaat uit oud-burgemeesters, boeren, leraren, en ondernemers. Allemaal verschillend, maar allemaal ontzettend enthousiast en ondernemend. Volgende stap is om dit te verbinden met 't CLMRS. De 2 programma's kunnen elkaar prima versterken: bewustwording meets inspirerende sessies.

Atelier de Tony's & AGM's

Ook op de agenda: impactdilemma's. Afgelopen mei waren we in Ivoorkust om deze samen met onze 4 partnercoöperaties, Fairtrade & ICI te bespreken en de toekomst van het CLMRS verder vorm te geven. Tijdens dit Atelier de Tony's was er per coöperatie namens de boeren een ambassadeur aanwezig die volop meedacht. Tijdens de sessies gaven ze goede input en boosten ze de energieniveaus op: door inspirerende verhalen te vertellen.

Belangrijk onderwerp was de besteding van de premie. Hoe zit dat? De premie wordt uitbetaald aan de coöperatie en vervolgens wordt een groot deel in cash verdeeld over de leden. Geef je dan elk lid een beetje, of ben je selectief en verdeel je het onder de boeren die daadwerkelijk aan Tony's leverden. Hmmm lastig. Nu kiest men regelmatig voor de eerste optie: elk lid een beetje. Maar de coöperaties zijn 't er wel over eens dat daardoor het bereiken van een leefbaar inkomen langer duurt.

En na een jaar hard werken sluiten we ook in West-Afrika feestelijk af met een mini-FAIR. Of eigenlijk: mini-FAIRsss. Want we doen 't met een Tony's Tour langs alle coöperaties in Ghana en Ivoorkust. De chocotruck, toffe muziek, een dj: overall is aan gedacht. Natuurlijk moment daarvoor zijn de Annual General Meetings (AGM), de jaarvergaderingen. Tijdens de AGM worden de financiën besproken en worden de premiebestedingen door de leden zelf goedgekeurd.



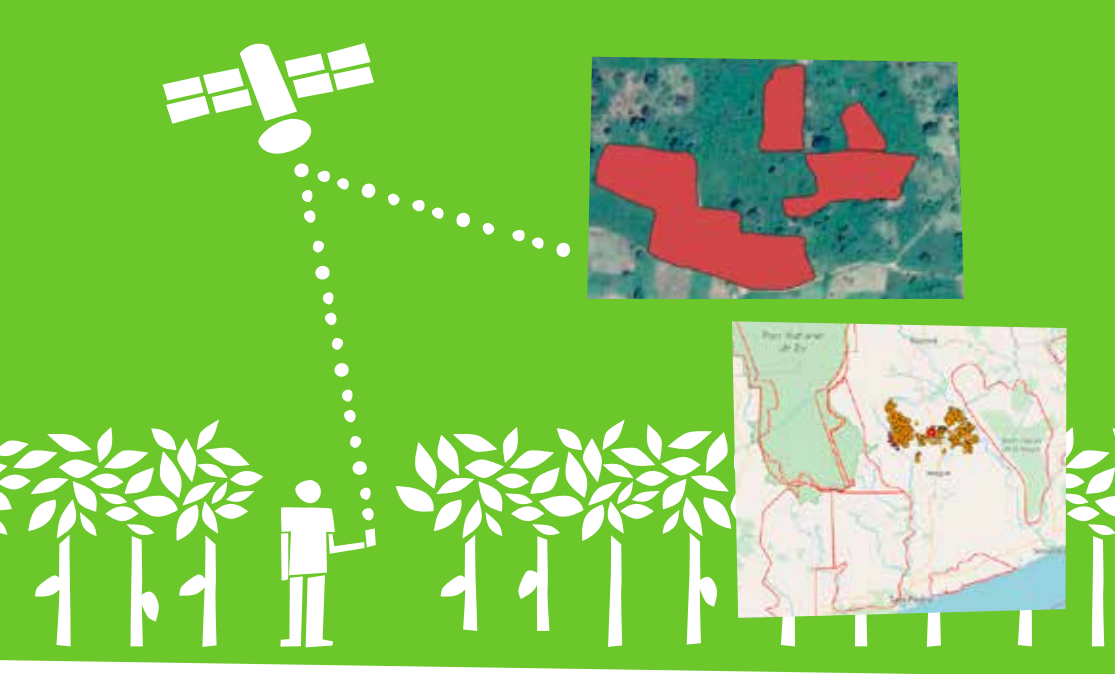
ECAM wint 3^e prijs Beste Coöperatie

Onze partnercoöperatie ECAM werd in september 2019 uitgeroepen tot 3^e beste coöperatie in Ivoorkust. De prijs werd uitgereikt door Conseil du Café-Cacao. President Assata Doumbia en haar team namen deze mooie bokaal in ontvangst.



Pilot digitale traceerbaarheid: waar komt die cacao vandaan?

Ieder jaar bepalen we op basis van onze Beantracker en leveringen per boer hoeveel boeren aan ons cacao hebben geleverd. Daar zit een hoop papierwerk in en dat moet makkelijker kunnen! Afgelopen jaar draaiden we daarom de pilot digitale cacao-traceerbaarheid, om de data te digitaliseren. We werkten samen met Farmerline, een Ghanees softwarebedrijf. Farmerline ontwikkelde een mobiele app die de cacaoleveringen van boeren aan coöperatieve afgevaardigden registreerde. Topidee. In de praktijk was 't een stuk lastiger om 't systeem goed op te zetten.. en dat lag niet alleen aan de Google translate naar 't Frans (voor de Ivooriaanse coöperaties). Ook in Ghana was de pilot niet succesvol en daarom rollen we dit systeem niet uit. We gaan uiteraard wel door om de administratieve power bij onze partnercoöperaties te versterken, door te digitaliseren. De coöperaties registreren nu al dagelijks de leveringen van boeren. Het is veel werk om dit in een weekoverzicht te gieten. Komend boekjaar willen we de Beantracker aanpassen en extra capaciteit bij de coöperaties ontwikkelen om dit mogelijk te maken.



GPS-Mapping Tony's farmers

Het is belangrijk om de stukken land van alle boeren die aan ons leveren precies in kaart te hebben. De vorm van een cacaoboerderij wordt via GPS vastgelegd en zo wordt de precieze grootte van de boerderij in hectare berekend. Dit helpt boeren en coöperaties om inzicht te krijgen in de hoeveelheid kunstmest, zaden, arbeid die nodig is om professioneel te boeren. Afgelopen jaar hebben we bij onze 4 partnercoöperaties in Ivoorkust in totaal 5.824 boeren in kaart gebracht. In Ghana zijn we ook hard aan de slag met dit project.

We hebben samen met de partners afgesproken dat vanaf komend seizoen nieuwe leden eerst bezocht worden voordat ze lid mogen worden en dat ze gedurende het eerste jaar via GPS in kaart gebracht worden. Mappen maar.

Naast de grootte van de boerderij is ook de GPS-locatie bekend. Zo zien we of boerderijen in beschermd regenwoud of bosgebied liggen. Als dat zo is, dan zullen we samen met de coöperatie, lokale autoriteiten en de boer op zoek gaan naar een geschikte oplossing. Dit zal gaan om verplaatsing van de boer (verhuizen) en bosherstel. Afgelopen jaar hebben we deze analyse al gedaan voor alle boeren die gemapt zijn. Uitslag: geen van de boeren bevindt zich in beschermd bosgebied.

Hierboven zie je de locatie van boeren die aan Tony's Chocolonely leveren, ten opzichte van de parken en reservaten bij nationaal park Tai in Ivoorkust en het Niega-bos.

Geen cacao zonder schaduw

Tijdens de Nederlandse Fairtrade-week organiseerden we de actie 'koop 'n reep, geef 'n boom' gedaan bij de Spar-supermarkten en Wereldwinkels. Spar verkocht tijdens de Fairtrade-week 33.410 repen. Wowww! Dat betekende dat er voor € 6.700 aan cacaoboempjes kon worden gekocht. Het werden alleen geen cacaobomen, maar schaduwbomen. Want een van de grootste uitdagingen voor cacaoboeren is grote droogte. Dit is te voorkomen door het planten van schaduwbomen. Er zijn veel voordelen aan de schaduwboom. Naast schaduw zorgen de bomen voor meer biodiversiteit en natuurlijk evenwicht. Super, want denk: minder plagen en ziektes en minder chemicaliën. En vlakbij de grond groeit onkruid minder hard. Dat alles is niet alleen goed voor de cacaoplanten, maar 't scheelt de boer tijd en geld. De plantage is zo beter beschermd tegen extreem weer en mislukte oogsten. Dus toen de partnercoöperaties aangaven meer te hebben aan schaduwbomen dan aan cacaoboempjes, hoefden we niet lang na te denken. Het werden schaduwbomen. En zo zijn afgelopen september 17.000 schaduwboempjes overhandigd aan onze partnercoöperaties. En dat werpt hopelijk de komende jaren zijn (cacao)vruchten af!



Volgend jaar: 2 nieuwe coöperaties in Ghana

Afgelopen boekjaar werkten we samen met 5 coöperaties: 4 in Ivoorkust en 1 in Ghana. Vanaf volgend jaar komen er in Ghana 2 nieuwe coöperaties bij.

ABOCFA in Ghana slaagt er steeds beter in om (ook) andere klanten te vinden die een hogere prijs willen betalen. En echt tof: met hun biologische Fairtrade-cacao staan ze zelfs op internationale beurzen. Dit ondersteunen we en juichen we toe, want we zien graag sterke, onafhankelijke coöperaties. Het betekent dat we bij ABOCFA niet meer kunnen groeien. Wel groeien we hard, wat betekent dat we steeds meer bonen nodig hebben. Vandaar dat we afgelopen jaar in Ghana op zoek zijn gegaan naar 2 nieuwe coöperaties.

En we hebben ze gevonden! Asunafo (Asunafo North Municipal Cooperative Cocoa Farmers and Marketing Union Limited) en Asetenapa Cooperative Cocoa and Marketing Society Limited.

Voor komend jaar hebben we samen met Asunafo en Asetenapa een jaarplan met doelen opgesteld. Op het gebied van bonenleveringen, premie en 't maken van sociale impact. Het doel is om aan het eind van dit kennismakingsjaar een 5-jaren strategisch plan te tekenen. Als beide partijen daar blij van worden tenminste! Dit is belangrijk, want het betekent gegarandeerde afzet voor de boeren en geeft dus ruimte om te investeren.

We zullen bij Asunafo ook starten met het West Africa Cocoa Program van Fairtrade. Dit is een trainingsprogramma dat focust op de organisatie van de coöperatie, wat gaat goed, wat moet beter en wat is nodig om beter te worden.

In 2017 is dit al gedaan bij de andere 5 partnercoöperaties en op basis daarvan heeft iedere coöperatie een actieplan op onderwerpen als:

- ➔ Financieel en premie management
- ➔ Leiderschapstrainingen & management
- ➔ Teambuilding
- ➔ Support jaarvergaderingen

Bij de 5 partnercoöperaties wordt eind 2019 bekeken hoe 't ervoor staat.

Asetenapa is trouwens een oude bekende. Wie ons al langer volgt, weet dat we 2 jaar geleden in Ghana afscheid moesten nemen van partner Suhum Union. Zij verloren hun Fairtrade-certificering. Als gevolg daarvan ging een kleine groep boeren zelfstandig verder onder de naam Asetenapa. We hebben het nieuwe management ondersteund. En hoera, nu kunnen we toch weer verder met deze groep boeren. Zo is het rondje weer rond en werken we vanaf volgend jaar met 3 coöperaties in Ghana.

Via de coöperaties weten we precies wie de cacaobonen verbouwen voor de repen. De coöperaties zijn daarmee ons toegangspunt tot de boeren. Hun inzichten zijn megabelangrijk voor 't structureel oplossen van illegale kinderarbeid en moderne slavernij in de keten. Boeren moeten hun sterke visie en strategische ideeën met ons blijven delen. Langetermijnrelaties zijn superbelangrijk – ze zorgen voor meer stabiliteit en geven de boeren en coöperaties ruimte om meer te investeren.

We doen 't saaaaamen

Wij staan voor gelijkheid in de cacaoketen. Ook op andere vlakken, zoals klimaatverandering, maken we stappen. De effecten van klimaatverandering zijn bij de cacaoboeren in West-Afrika nu al merkbaar, door onder andere droogte en onvoorspelbare regenseizoenen. We kijken waar we de CO₂-uitstoot van bean to bar kunnen verminderen en waar 't nog niet lukt, verkleinen we onze klimaatimpact via partners zoals Justdiggitt & GoodShipping.



Justdiggitt

Vergroenen van verdroogde gebieden in Afrika ter compensatie van de CO₂-uitstoot.



GoodShipping Programma

Onze zeevracht vervoeren we nu groen: op biobrandstof.



Fairtrade

Samen gaan we voor een sterkere positie voor cacaoboeren in de keten.



ICI

Via 't CLMRS maken we illegale kinderarbeid inzichtelijk en zoeken we naar structurele langetermijnoplossingen.



Soil & More

Samen spannen we ons in om de bodemkwaliteit bij de coöperaties ABOCFA (Ghana) en KAPATCHIVA (Ivoorkust) te verbeteren.



B Corp

Ze helpen ons om kritisch naar onszelf te kijken. De B Corp-normen gaan over de sociale- en milieuprestaties van een bedrijf, de impact ervan op de werknemers en klanten en of 't op een eerlijke manier met de buitenwereld wordt gedeeld.



TruePrice

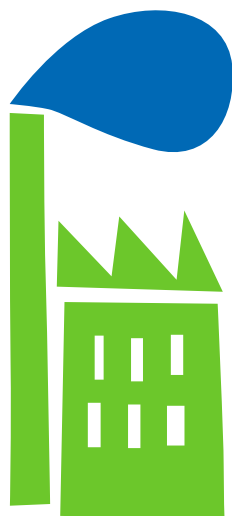
True Price berekent de werkelijke maatschappelijke kosten van onze repen, inclusief de negatieve sociale impact en milieueffecten zoals illegale kinderarbeid of CO₂-uitstoot.



ScopeInsight

Voert organisatie-analyses uit bij onze partnercoöperaties. Zo weten we wat goed gaat, beter kan en wat nodig is om beter te worden. Op basis daarvan wordt een gepersonaliseerd trainingsprogramma uitgevoerd door Fairtrade.

BIG CHOCO INDUSTRIE



**kom met
echte oplossingen**

Er zijn miljoenen cacaoboeren en miljarden chocoladeconsumenten. Daartussen zit een handjevol grote bedrijven, Big Choco. Samen hebben die zo'n 70% van de wereldcacaomarkt in handen. Deze chocogiganten zijn gamechangers en moeten in beweging komen. En dat kost energie, tijd en aandacht. Hoe staat 't ervoor?

Illegale kinderarbeid en moderne slavernij kunnen niet worden uitgebannen, zonder ook de armoede van de boeren aan te pakken. En juist zaken als ongelijkheid, leefbaar inkomen en de prijs van cacao worden nog genegeerd door de chocogiganten. Het economisch model dat ongelijke zakenrelaties, armoede en uitbuiting in de hand werkt, moet worden aangepast. Systeemverandering is nodig.

Duurzaam

Zolang de markt alleen op financiële winst drijft, zal er helaas weinig veranderen. Consumenten worden zich steeds meer bewust van hun negatieve impact op milieu en de armoede bij andere mensen en laten dat merken in de keuzes in de supermarkt. Superinteressant dus voor alle merken om daar op in te springen!!

Afgelopen tijd zie je dan ook steeds meer 'groene' merken of labels en vliegt de term duurzaam je om de oren. Maar wat ze dan precies doen? Het blijft vaak een beetje vaag. Die bedrijven betalen bijvoorbeeld een beetje meer of maken wat geld over naar een foundation. Wat ze zouden moeten doen.. is een prijs betalen waar een leefbaar inkomen haalbaar mee wordt! En in ieder geval heul transparant zijn over wat ze verder doen.

Tegelijkertijd moedigen we duurzaamheidsinitiatieven van bedrijven aan, als er daardoor wél iets in beweging wordt gebracht. Het kan natuurlijk best dat de groeiende interesse om 'goed' te doen in eerste instantie gedreven wordt door externe druk. Of door de angst om markten te verliezen. Maar er moet vaak meer gebeuren dan dat. Bedrijven richten zich vaak alleen op enkele samenwerkingsprincipes, terwijl je ze alle 5 moet toepassen. Anders werkt het niet!

Dus kom op industrie, verkoop geen onzin. Kom met echte oplossingen. We weten dat jullie graag een hoop centen verdienen, maar met iets minder winst, kun je het verschil voor cacaoboeren maken. Duurzaam in daden.

Stukje verdieping: Er is meer dan alleen de aandeelhouder

Van oudsher gaan grote bedrijven voor shareholder management – alles voor de aandeelhouder. Dat is dus winstoptimalisatie. B Corp voert onder de naam Reimagine Capitalism campagne, waarin grote bedrijven worden getriggerd op stakeholder management. Dus de aandeelhouders naar een lager plaatsje op de prioriteitenlijst en meer aandacht voor de stakeholders in 't leven: medewerkers, klanten, leveranciers. Wij vinden dit een interessante ontwikkeling die we nauwlettend volgen! Want guess what.. wij vragen onze stakeholders nu al jaarlijks naar wat ze belangrijk vinden voor de toekomst van ons bedrijf. Over stakeholder management gesproken. You name it. Tony's does it. De resultaten daarvan zie je in.. dit jaarFAIRslag!

Goed nieuws uit de chocolade-industrie

In België is er een mooi partnerschap getekend om de chocoladesector duurzamer te maken: Beyond Chocolate. Op 5 december 2018 plaatsten de Belgische chocolade- en retailsector (jaaa, ook wij waren d'r bij), sociale-impactinvesteerders en universiteiten hun handtekening onder deze samenwerking. Zoveel partijen: zo ontzettend belangrijk, want om de sector echt van binnenuit te veranderen, moeten alle spelers in de keten meewerken. Samen werken we aan het aanpakken van illegale kinderarbeid, ontbossing tegen te gaan en lokale cacao producenten een leefbaar inkomen te geven. Beyond Chocolate wordt gecoördineerd door The Shift en de Nederlandse partnerorganisatie IDH Sustainable Trade Initiative.

Concrete stappen

Wat hebben we afgesproken?

→ Voor 2025:

Alle in België geproduceerde en/of verkochte chocolade moet dan: of gecertificeerd zijn – zoals UTZ, Fairtrade of organic – of de cacao moet komen van boeren die binnen een duurzaamheidsprogramma van een bedrijf vallen. Beyond Chocolate partners zullen de afspraken naleven tussen overheden en bedrijven in de regio's die deel uitmaken van het Cocoa & Forests Initiative. Centraal staat een stop op ontbossing veroorzaakt door cacao productie en start met herstel van bosgebieden in Ghana en Ivoorkust.

→ Voor 2030:

- Cacao boeren verdienen minimaal een leefbaar inkomen
- Ontbossing door cacao teelt voor de Belgische chocoladesector is beëindigd

Mooie doelen! Maar het kan wel een tandje sneller en concreter volgens ons. We doen mee en willen kritisch helpen om de doelen eerder te halen.

Open Chain

Tijdens Tony's FAIR 2018 kondigden we onze eerste missiebondgenoot aan en ons nieuwe samenwerkingsplatform: Tony's Open Chain. Hoe cool is dat? Vinden wij ook. Want da's precies waar onze missie over gaat. Met Delicata van Albert Heijn als eerste bondgenoot aan boord, lanceerden we tonysopenchain.com. Enne, dit open webplatform zal de komende jaren uitgroeien tot kennisplatform waar chocoladebedrijven alle nodige kennis en tools vinden om samen een einde te maken aan illegale kinderarbeid en moderne slavernij. Jeweetwel, zoals Tony's Beantracker of het CLMRS, dat bij al onze partnercoöperaties is ingevoerd.

Eerste missiebondgenoot: Delicata

Maandag 11 maart was een grote dag voor onze missie én voor Tony's Open Chain. Want vanaf die dag lagen de eerste Delicata-chocoladerepen in de winkels van Albert Heijn. Mét een gele slaafvrijbutton op de wikkel: Samen maken we chocolade 100% slaafvrij. We zijn erg blij met en trots op deze samenwerking met Albert Heijn. En eerlijk is eerlijk: een moedige stap om onze eerste kersverse missiebondgenoot te worden. We werken samen in de Open Chain, zodat Albert Heijn en andere bedrijven volgens de 5 samenwerkingsprincipes hun keten kunnen inrichten en gelijkwaardige zakenrelaties met boeren(coöperaties) aangaan.



Albert Heijn gaat onze route volgen bij de inkoop van cacao voor 't eigen merk Delicata. En daarmee is de grootste retailer van Nederland onze eerste bondgenoot aan boord. Albert Heijn koopt de cacao voor Delicata in volgens onze 5 samenwerkingsprincipes. De Delicata repen zijn gemaakt van traceerbare cacao massa, geproduceerd door Barry Callebaut, de grootste chocolademaker ter wereld. We laten samen met Barry Callebaut en Albert Heijn zien dat chocolade maken op grote schaal anders kan en we voeren de druk op de industrie op om mee te doen. Ze hebben 1.500 ton bonen afgenomen en in totaal 422.000 euro aan additionele premie betaald. Hoppa!

Daar komt trouwens best een portie lef en innovatie bij kijken. Gelukkig zien we dat Albert Heijn niet bang is voor een beetje uitdaging. Goed voorbeeld is dat ook zij de nieuwe referentieprijs voor het leefbaar inkomen omarmen en dus een hogere premie gaan betalen.

Onze uitdaging is om nieuwe missiebondgenoten makkelijker te laten aansluiten. Ook willen we niet steeds opnieuw het wiel hoeven uit te vinden. We werken er hard aan om alle cacaoboter in de repen te organiseren volgens de 5 samenwerkingsprincipes. Dan doet eindelijk ook de witte Delicata reep mee!

Ons doel voor afgelopen boekjaar was om nog een missiebondgenoot aan te laten haken. Nog niet gelukt! We hebben best veel partijen gesproken, maar het betalen van een referentieprijs voor het leefbaar inkomen schrikt af. Dat zou echt een lagere winstmarge betekenen, en dat willen veel partijen niet. Het lijkt er op dat veel bedrijven toch liever kinderarbeid hebben dan een lagere winst. Kom op zeg! De keten is nu ongelijk verdeeld, als we die echt gelijk willen verdelen, dan heeft dat natuurlijk consequenties.

Met alles dat we dit jaar hebben geleerd gaan we komend jaar volle bak aan de gang: we komen met echte oplossingen – om nog meer bondgenoten mee te krijgen. Want dat betekent dat meer boeren cacao kunnen leveren en in staat zijn om een leefbaar inkomen te verdienen. Zo groeit onze gezamenlijke impact nog harder dan die van Tony's alleen!



Join Tony's
Open Chain
Scan & go!

Tony's Open Chain Home Who's in 5 Sourcing Principles News Join

The open source platform where chocolate making companies join in to change the norm in the industry.

These companies take responsibility for:

- An open and transparent chain, where issues are always brought out in the open so they can be solved
- Direct and equal business relations throughout the entire chain
- Paying a higher price which makes a living income achievable for farmers

The Challenge End modern slavery and illegal child labour in cocoa by setting a new industry standard. Together we take responsibility for the chocolate industry to drive structural change towards a more equally divided cocoa chain. [read more →](#)

Who's in Allies go beyond certification and believe in direct, equal relationships throughout the entire cocoa chain. They join Tony's Open Chain, and work according to the 5 Sourcing Principles.

Initiator Tony's Chocolonely [more →](#)

Ally Delicata [more →](#)

who's next? To actually change the cocoa industry the current 7000 metric ton of cocoa beans is not a sufficient volume to change the system. Therefore, Tony's Open Chain needs more allies. Will you as a chocolate company join in? [Join Tony's Open chain](#)



we zien 'n groene toekomst voor je

RE TAILERS



**speeeed up
for global impact**

Waarom zijn die retailers zo belangrijk in de keten? En waarom is onze internationale groei zo ontzettend belangrijk daarin? Spoiler.. retailers kunnen wereldwijd bepalen wat er wordt verkocht. Zo kunnen ze enorm veel druk uitoefenen op merken en daarmee maken ze direct impact. Daarnaast neemt 't eigen huismerk in 't schap steeds vaker een grotere plaats in.. Ja.. ook voor chocolade. Als die huismerken wereldwijd nou instappen op alle 5 de samenwerkingsprincipes, en de consument kiest voor deze chocolade, dan maken we nog meer impact. Jawel!

We willen internationaal verder groeien en op 2 vlakken nog meer impact maken: direct en indirect. Klinkt ingewikkeld, is 't niet (echt). We leggen 't uit. Direct impact maken betekent: de chocofan kiest voor chocolade die gemaakt is volgens de 5 samenwerkingsprincipes. Hoe meer mensen daarvoor kiezen – of 't nou die van ons is of van andere merken die de 5 samenwerkingsprincipes toepassen in hun keten – des te meer boeren een leefbaar inkomen kunnen bereiken!

Indirect impact maken gaat erom dat meer mensen bewust druk uitoefenen op de spelers in de keten. De macht van 't getal he.. hoe meer mensen bewust zijn van de misstanden in cacao, dit delen en vinden dat dit moet veranderen, hoe meer druk ze kunnen uitoefenen.

We willen groeien op beide vlakken. Hoe ging dat 't afgelopen jaar? Nou, zo.

We kijken terug op een bewogen jaar met veel ups en downs, maar laat de champagne maar knallen, want we zijn nog steeds marktleider in Nederland. Maarre psst.. kan je een klein geheimpje bewaren? We hopen in rap tempo in andere landen een marktspeler te worden waar je als industrie echt niet meer omheen kunt. Dus hop.. ook afgelopen jaar staken we weer meer grenzen over. In Engeland, Amerika, en ook Scandinavië en bij onze Franse, Belgische en Duitse burenen.. willen chocofans steeds meer weten van de misstanden in de cacao-industrie en wat ze kunnen doen om dit te veranderen.

Onze internationale markten verdelen we in gouden, zilveren en bronzen landen. In de gouden markten hebben de belangrijkste chocoladespelers hun hoofdkantoor en kunnen we door succesvol te zijn de grootste druk uitoefenen. En in deze landen deden we afgelopen boekjaar veel investeringen. Hoeraaaa!

Hallo Engeland, ik ben Tony's Chocolonely

Toen in november het jaarFAIRslag 2017-2018 naar de drukker ging, vloog ons kersverse Britse team net naar Amsterdam om samen met de Nederlandse Tony's hun eerste week door te brengen. Het was liefde op het eerste gezicht. En wat een rollercoaster was 't sindsdien. We begonnen onze Engeland-lancering met een exclusief weekend in de beroemde Selfridges in Londen en Birmingham. Een van onze eerste klanten heette zelfs Tony (Hey Tony!).



Anything to declare, gov'ner?

Engeland is het beste jongetje van de klas hoor. Niet alleen als 't om de verkoopcijfers gaat, maar ook als 't gaat om 't verhaal. De Engelse retailers zijn superbetrokken bij onze missie. Ze snappen 't echt en leggen ons verhaal goed uit. Er zijn waanzinnig veel retailers die onze 5 samenwerkingsprincipes even in een zelfgemaakte display uitleggen. Amaaaaaazing.

We lanceerden in 7 Whole Foods Market-winkels in Londen. Dat deden we in elke winkel met enorme displays van onze regenboog en GIANT-bars in de etalage van High Street Kensington. Sinds april zijn we goed voor meer dan 35% van de chocoladecategorie van Whole Foods Market Engeland. Niet slecht hè?

Enne.. je vindt ons nu ook in 280 (!!) Waitrose-supermarkten in Engeland. Plus onze grote karamel zeezoutrepen liggen in 96% van Sainsbury's keten. Handen omhoog als je een van onze megadisplays in de winkel hebt gezien?

Onze repen zijn in Engeland te vinden in delicatessenwinkels, boerderijwinkels en lokale koffiententjes die ons helpen onze missie te verspreiden. Een speciale vermelding voor Garsons boerderij in Esher, voor hun zelfgemaakte borden, en voor Culver en Nelson in East Sheen die sinds februari 967 repen hebben verkocht. Dankzij die 967 repen hebben een boer en zijn of haar gezin een maandinkomen verdient dat gelijk staat aan een leefbaar inkomen.



Looking good, en die repen mogen er ook zijn.. !



Je ziet onze displays bij de kassa van Urban Outfitters en Scribbler, in BP-restaurants van Marks & Spencer en in 20 Budgens-winkels.

Alle hens aan dek in Amerika

Ook in Amerika timmeren we lekker aan de weg. Vorig jaar werden Tony's repen verkocht in 4.500 winkels in heel Amerika. En dat is bijna het dubbele van het jaar ervoor. We zeiden 'welkom aan boord!' tegen belangrijke nieuwe klanten zoals Wegmans, Ahold, Sprouts Farmers Market, Google en LinkedIn. We verkeren in goed gezelschap, niet?

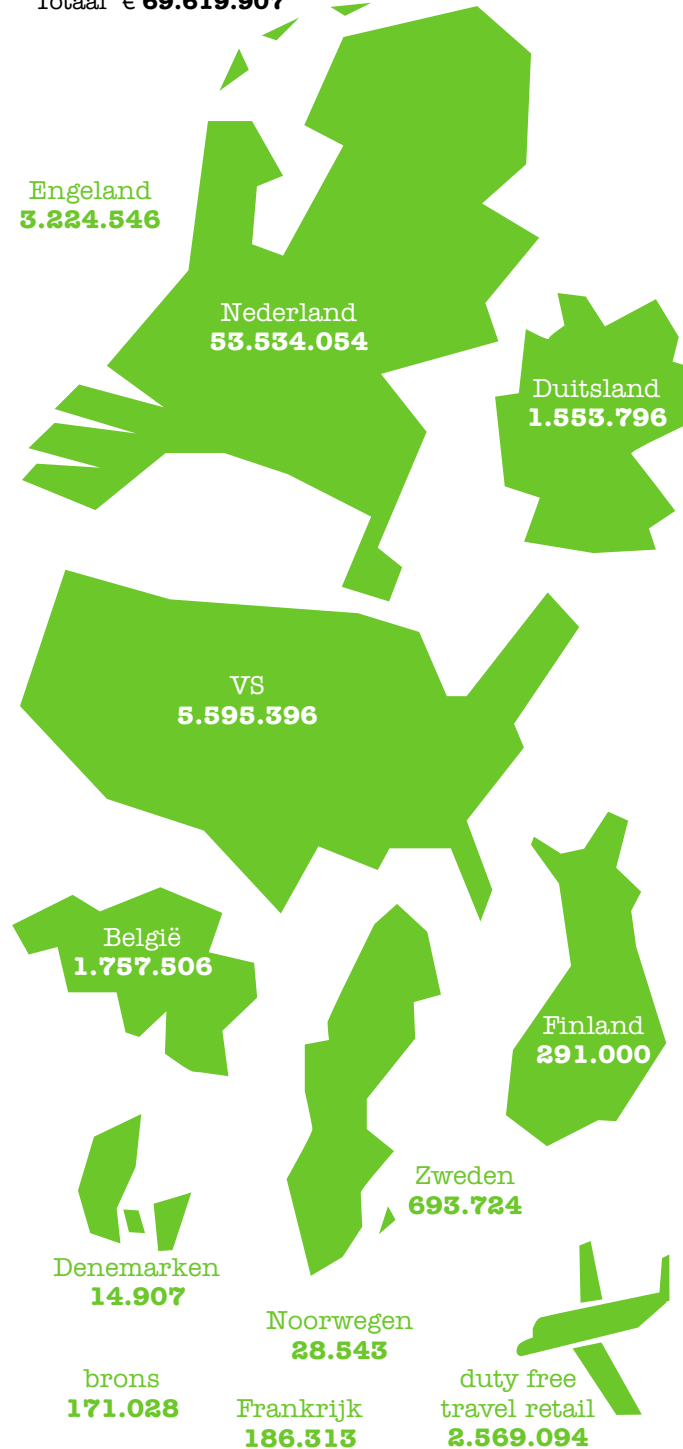
Over nieuwkomers gesproken, ons assortiment in de VS blijft groeien! We hebben White Chocolate Raspberry Popping Candy en Milk Honey Almond Nougat in de mix verwelkomd, evenals enkele VIT's (very important Tiny's) waaronder onze allereerste Halloween-chocolade! En die repen die we al hadden? We hebben ze recht op gezet. Nu staan ze lang en zij-aan-zij met de concurrentie.

Duitsland, België, Scandinavië en Frankrijk

In deze zilveren landen groeiden we het afgelopen jaar met ruim 143%. Duitsland kan niet meer om Tony's heen. Daar hadden we dit jaar een grote doorbraak. De Duitse supermarktketen ReWe breidde onze distributie uit van 250 winkels naar 1.750. En we werden gelanceerd in de Duitse Globus. We groeiden met 455%.

Omzetverdeling per land in euro

Totaal € 69.619.907



Wunderbar! Daarom hebben we besloten van Duitsland in het volgende boekjaar ook een gouden markt te maken. Jetzt geht's los..

Ook in België is de groei van vorig jaar rustig voortgezet. Daardoor groeiden we 152%. Niet slecht! Dit kwam mede door een deal begin oktober – net nog in dit boekjaar – die rond kwam met supermarktgroep Colruyt, en da's de grootste Vlaamse supermarktreus.

En in Scandinavië zijn ze steeds gekker op Tony's Chocolonely. Je vindt ons nu in 1280 winkels in Zweden, 200 in Denemarken, 225 in Noorwegen en 600 in Finland! In Zweden bleef het aantal winkels ongeveer gelijk. In Denemarken lanceerden we in de 7-Eleven en supermarkt Irma en in Noorwegen in Deli de Luca en supermarkt Meny. Dat gaat lekker.

En last, but zeker not least, liggen we in Frankrijk in totaal in 750 winkels. Sinds dit jaar ook in de Monoprix. Monoprix is een van de grootste retailketens in Frankrijk. Naast voeding verkopen de winkels hardware, kleding, huishoudelijke artikelen en kadootjes. Perfecte fit, want een Tony's reep is gewoon waanzinnig lekker om te krijgen (en te geven).

In de zilveren landen werken we samen met distributeurs. Lifebrands in Duitsland, PAB in België, Arvid Nordquist in Noorwegen, Zweden en Denemarken, Transmeri in Finland en Starwell in Frankrijk.

Brons en djoetie frieeeee!

We gaan ver, verder dan ver! Je vindt Tony's namelijk ook in Spanje én in oliestaat Koeweit. En sinds afgelopen jaar ook in Griekenland en in Libanon. Hoe tof is dat? In Libanon gaan we starten met Spinneys supermarkten. En in Koeweit hebben we een deal met Costa Coffee. Wereldwijd 1 van de grootste koffieketens. En koffie en chocolade is en blijft een gouden, ahum, bronzen combinatie.

Ook leverden we dit jaar uit aan Mexico en Taiwan. En mocht je dit jaar nog gevlogen hebben, dan heb je ons misschien wel zien shinen op een luchthaven ergens in de wereld. Wereldwijd zijn we op meer dan 67 airports vertegenwoordigd.

Dwars door Amerika op airports bij Cibo, Paradies en Newslink winkels waar je nog even flink kan inslaan. Je vindt ons daarnaast op luchthavens van Frankfurt, Hamburg, Berlijn-Tegel, Berlin-Schönefeld, Cologne, Hannover, Budapest, Wenen, Kopenhagen, Oslo, Istanbul, Hong Kong, Sydney en München. En in Nederland op Schiphol, Eindhoven en op Rotterdam Airport (via B&S). Daar werken we onder andere samen met Schiphol Airport Retail en World of Delights en voor onze kleine repen met HMS Host en AH to go. Maar je vindt ons niet alleen op de grond. We zijn ook in de lucht met KLM, Transavia, TUI en Corendon.

Speciaal voor de luchthavens introduceerden we dit jaar 2 nieuwe producten. De 300 grams bars en de extra grote zakken TINY's. Makkelijk voor in de handbagage.

Duty Free & Travel Retail zijn we internationaal groots aan het uitrollen met onze partner Heinemann. Want hoe meer global dekking, des te meer global impact. Zo zijn we steeds een stukje dichterbij onze ambitie om de wereld te veroveren met ons merk en onze missie. We zien elkaar snel tijdens je volgende tripje. See, buy, flyyyyyyyyy!

Lekker bezig

We geven graag complimentjes aan chocolademakers die hun beste beentje voorzetten. We weten dat een systeemverandering tijd en moeite kost. Voorlopig zien we in Nederland slechts 4 andere spelers die ook bereid zijn om een hogere prijs te betalen aan de boeren waar ze mee werken. Dat zijn Delicata, Belvas, Oxfam Fairtrade en Lidl met hun Way to Go-chocolade.

Lidl Nederland en België lanceerden samen met Fairtrade een nieuw product: Way to Go. Ze gebruiken hiervoor 100% traceerbare bonen uit Ghana van Kuapo Kokoo coöperatie. Da's de grootste coöperatie in Ghana. En ook Lidl betaalt de Fairtrade-premie en daarbovenop een additionele premie. Ook focussen ze op het onderhouden van sterke relaties met de boeren. Goed gedrag moet beloond worden. Dus onze complimenten zijn gemeend en de uitnodiging aan Lidl voor ons Open Chain-platform is de deur uit. Want alleen een hogere prijs betalen en traceerbaarheid is niet genoeg. To be continued..

In Nederland: Tony's Super Store

Eigenzinnige chocofans kunnen sinds november 2018 in Amsterdam zelf een reep maken: in Tony's Super Store. Onze Nederlandse brandstore in de Beurs van Berlage in Amsterdam. Verschrikkelijk gaaf, maar jeetje, makkelijk was het niet. We hebben een heule moeilijke productielijn in een paar vierkante meter gepropt. Kostte een paar zweetdruppels hoor. Maar 't is gelukt. Je kunt in 3 stappen je eigen reep maken: kies je chocolade (2 verschillende kan ook), kies je ingrediënten, kies de kleur van je wikkel, zet er nog iets leuks op (bijv.. wil je met me uit?) en.. hoppa, 45 minuten later ligt 'ie klaar. Enneh, sinds juli kun je 'm dus ook thuis bestellen. Gewoon vanaf de bank.

In totaal verkochten we 't afgelopen boekjaar in de webshop en in de Super Store 22.147 Unlimiteds repen.

Ook vierde Tony's Super Store dit jaar z'n eerste verjaardag. Samen met Team Tony's, onze Serious Friends en andere chocofans vierden we een feestje. Chocofans konden op de foto met de super-choco-regenboog en maakten een maand kans op een jaar lang Tony's. Enneh, Paula was de winnares! Wat ze deed? Schoenen uit, kekke legging aan en in indrukwekkende yoga pose onder de chocoregenboog. Hoera! Wel eerlijk delen die 365 repen, hè, Paula?



Onze prijzenkast

Op het gebied van retail hebben we onze prijzenkast dit jaar wat weten te spekken. In Engeland wonnen we de Waitrose Sustainability Award 2019!

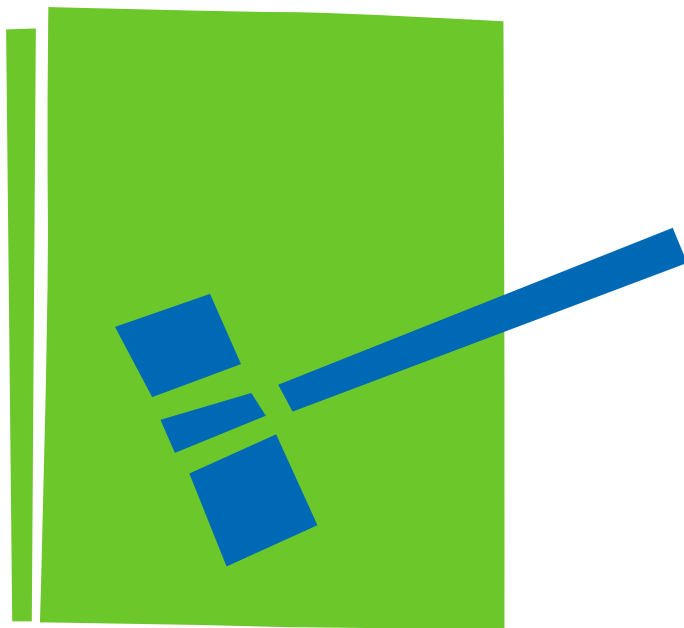
De juryleden waren enorm onder de indruk van de standaard van de finalisten dit jaar en het was een ongelooflijk moeilijke taak om slechts één winnaar te bepalen. Uit bijna 100 inzendingen is dit een enorme prestatie. Het panel was vooral onder de indruk van de duidelijkheid en ambitie van onze missie en doel, en vatte onze inzending samen in slechts 3 woorden: 'Disruptief. Innovatief. Inspirerend.'

In Nederland werden we Category Captain Confectionary Food Personality. Winning! De 'Changemaker in Retail Award' liepen we net mis. Da's jammer.

Retaaaaail we needeet you

De industrie moet veranderen en daar hebben de retailers een dikke vinger in de pap. En de problemen worden alleen opgelost als bedrijven verder gaan dan certificering en 'n hogere prijs betalen dan de certificeringspremie. Met Tony's 5 samenwerkingsprincipes is een leefbaar inkomen voor de cacao-boer haalbaar. Bovendien gaat de anonimiteit uit de keten. Daardoor weet je wie je cacao-bonen verbouwt en onder welke omstandigheden. Daarom stellen we onze werkwijze niet alleen open voor grote retailers zoals Albert Heijn, maar ook voor anderen. Want samen gaat 't sneller. Op retailgebied gebeurde er dit jaar bar weinig. Dat kan beter! Hey retaaaaail, we needeet you. Daarom nodigen we alle retailers uit om in te stappen op onze open source platform Tony's Open Chain. Net als Albert Heijn. Wie volgt het komende jaar?

OVER HEDEN



en nu ff serieus

Al meer dan 2 decennia kent de chocolade-industrie ernstige en structurele problemen in hun ketens: moderne slavernij en illegale kinderarbeid. Bijna 20 jaar na ondertekening van het Harkin-Engel protocol (2001) blijkt dat alleen praten en overleg niet helpt. We hebben serieuze wet- en regelgeving nodig: in West-Afrika, Europa en.. in Amerika.

Er zijn wetten en regels nodig die het vrijwillige karakter van convenanten en slappe afspraken omzetten in verplichtingen. Overheden spelen daarbij een belangrijke rol, en dat maakt hen een van de 5 key players die verandering in gang kan zetten.

In de VS dringt 't belang van wetgeving die verder gaat dan 't afgeven van vrijwillige statements, langzaam door. The Washington Post publiceerde een mooi stuk over illegale kinderarbeid in de cacaosector en de verantwoordelijkheid van de grootste chocoladegiganten. Deze bedrijven, waaronder Hershey, Mars en Nestlé, kwamen oorspronkelijk overeen om kinderarbeid uit hun ketens te verbannen. Tegen 2005 moest dat geregeld zijn. Is niet gelukt.

Amerikaanse senatoren in actie

Besef is 1, in actie komen 2. Dat doen de Amerikaanse senatoren Sherrod Brown en Ron Wyden. Zij roepen de Amerikaanse waarnemend secretaris van Binnenlandse Veiligheid op om wetgeving af te dwingen rondom illegale kinderarbeid in de cacaosector. Ze vroegen douane- en grensbescherming om een algehele ban op producten gemaakt met illegale kinderarbeid. Dat betekent dat ook de import van cacao geproduceerd met illegale kinderarbeid wordt onderzocht en het land niet in mag.

Een ban op producten uit Ivoorkust en Ghana lijkt voor sommigen misschien een makkelijke oplossing, maar dat maakt geen einde aan de extreme armoede in West-Afrika. Daar zijn we dus niet voor! Wel steunen we een eventuele ban op producten die niet traceerbaar en niet gecertificeerd zijn.

Amerikaanse douane- en grensbescherming kan een krachtig instrument zijn. Bedrijven moeten hun toeleveringsketen dan van A tot Z kennen, de problemen vinden en beginnen met het oplossen ervan. Traceerbare bonen dus!

Dus goed bezig, deze 2 senatoren. Wij nodigden ze daarom uit om met Team Tony's in de VS om tafel te gaan en elkaar te steunen in de strijd tegen illegale kinderarbeid. Samen onderzoeken we in het nieuwe boekjaar hoe we elkaar als bondgenoten kunnen versterken.

In Nederland: de wet Zorgplicht Kinderarbeid

In Nederland is een heul belangrijke stap gezet in het eerlijker en transparanter maken van cacao ketens en ketens van andere bedrijfstakken. In mei nam de Eerste Kamer de Initiatiefwet Zorgplicht Kinderarbeid aan. Bam! Zijn we echt blij mee. Dit wetsvoorstel vraagt bedrijven te verklaren dat zij het nodige doen om kinderarbeid te voorkomen.

In aanloop naar de stemming spraken we met veel bedrijven, politieke partijen, NGO's en kinderrechtenorganisaties en inmiddels zijn we lekkere lobbyisten. Voordat het voorjaarsreces begon stuurden we alle fracties 2 repen chocolade met een handgeschreven kaartje: Stem voor Wet Zorgplicht Kinderarbeid.

Voor een keer stapten we dit jaar van ons geloof af en kochten we een advertentie in. Het was de manier om heel Nederland op te roepen om de initiatiefwet te steunen. In de zaterdageditie van Het Financieel dagblad publiceerden we een advertentie. Ja, we doen normaal gesproken niet aan betaalde media, maar voor deze initiatiefwet maakten we graag een uitzondering.

dinsdag 23 april 2019
stemt de Eerste Kamer voor de initiatiefwet

ZORGPLICHT KINDERARBEID

(tenminste dat hopen wij)

 Kinderarbeid.
Een serieus probleem vraagt om een serieuze aanpak. Zelfregulering is niet afdoende.
@EersteKamer: 100% kinderarbeidvrij moet de norm zijn. U bepaalt op 23 april.
#wetzorgplichtkinderarbeid

  2,1 mln. 

samen maken we
chocolade 100% slaafvrij

NB: Tony's Chocolonely doet niet aan betaalde media. Maar voor deze initiatiefwet maken we graag een uitzondering. Retweeten helpt!

**Dat issem dan..
mede mogelijk
gemaakt door de
firma Twitter.**

En natuurlijk was Team Tony's tijdens alle zittingen en tijdens de stemming zichtbaar aanwezig op de publieke tribune van de Eerste Kamer.

Hoe de vlag erbij hangt? D66, PvdA, SP, ChristenUnie, GroenLinks, PvdD, 50PLUS en OSF stemden voor. Hoeraaa! VVD, CDA, PVV, SGP en Fractie-Duthler stemden tegen.

De wet geldt voor alle bedrijven die fysiek in Nederland goederen en diensten verkopen of die in Nederland gevestigd zijn. Ook geldt de wet voor bedrijven die online verkopen en zich expliciet richten op de Nederlandse markt.

Dus niet meer: 'geen nieuws = goed nieuws'. Als je weet dat in jouw industrie – zoals in de cacao-industrie – grove misstanden voorkomen – zoals illegale kinderarbeid – dan heb je vanaf medio 2021 een zorgplicht voor de mensen die hun steentje bijdragen aan het maken van jouw uiteindelijke dienst of product.

En ook nu de wet is aangenomen blijven we met al die bedrijven, politieke partijen, NGO's en kinderrechtenorganisaties in gesprek om in de toekomst deze wet verder te ontwikkelen en praktisch uitvoerbaar te maken.



**Angela, Sabrina
en Audrey op
het Binnenhof,
met reden om te
lachen!**

Samen gaat 't sneller

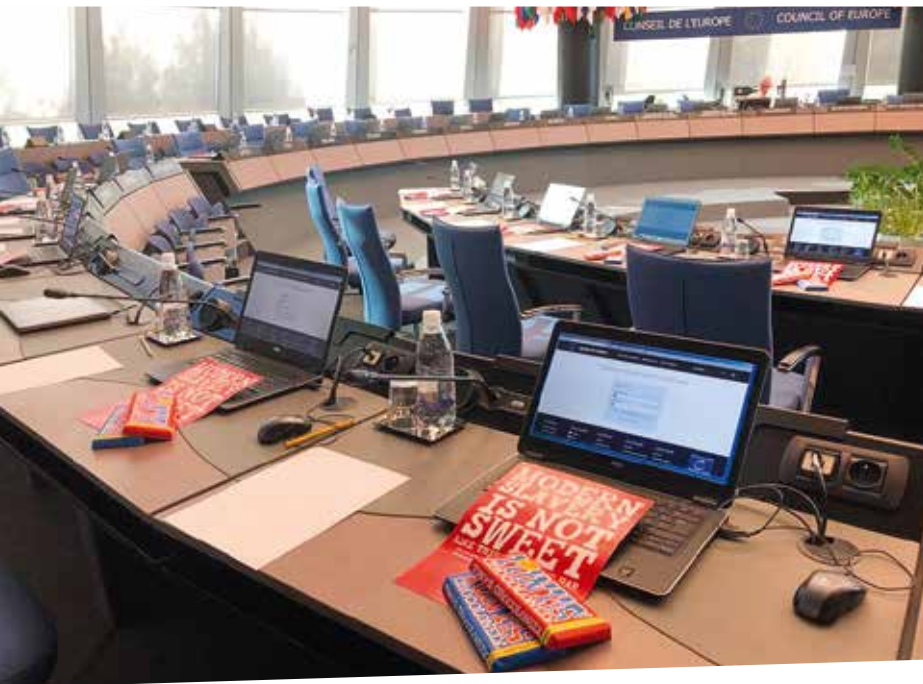
Samen met andere bedrijven en organisaties hebben we ons hard gemaakt voor deze wet. Als choco-bedrijf liepen we hand in hand met allerlei andere bedrijven, zoals banken, biermerken en kledinglabels. Was wel een kwestie van een lange adem zeg.. In 2017 gingen we voor 't eerst naar de Eerste Kamer om te pleiten voor wetgeving. Onze oproep tot actie #samengaathetsneller kreeg daarna ruim 13.000 handtekeningen van chocofans, en 42 bedrijven ondertekenden samen met ons een brief die om wetgeving vroeg. Dat die wetgeving er nu eindelijk is, is voor ons echt een hele grote stap. Ook cacao-bedrijven zijn gebaat bij wetgeving. Dat beginnen ze zelf ook in te zien. Maar we zijn er nog niet. De wereld is groter dan Nederland. En daarom laten we ook in Europa van ons horen en strijden we voor effectieve Europese wet- en regelgeving. Dat doen we onder andere via de Raad van Europa en de EU in Brussel.

Europa: druk opvoeren met een reepje of 2

In oktober 2018 pleitten we samen met andere chocoladebedrijven bij de EU in Brussel voor Europese wetgeving. En ook hier geldt: kwestie van volhouden en doorgaan, tot het echt goed is geregeld in een mooie wet. Want we zeggen 't nog maar eens: bijna 20 jaar na ondertekening van het Harkin-Engel protocol (2001) blijkt dat convenanten niet voldoende zijn om een systeemverandering voor elkaar te krijgen.

We kregen dit boekjaar ook de Raad van Europa (RvE) in het vizier. De RvE richt zich op de bevordering van eenheid, democratie, de rechtsstaat en mensenrechten in Europa. Pfoe, een hele mond vol. Maar wel verschrikkelijk belangrijk. Het meest bekende verdrag van de Raad is het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens en Fundamentele Vrijheden. Hoog op de agenda staat 't bestrijden van illegale kinderarbeid en moderne slavernij. Vanuit die optiek was 't logisch om de Europese dames en heren een kleinigheidje aan te bieden: een positief en waanzinnig lekker voorbeeld in de strijd tegen moderne slavernij. Dus op naar Straatsburg in Frankrijk, waar de Raad zetelt, met een flinke tas repen. En je raadt 't al: voor elke delegatie waren er twee Tony's repen (melk & puur als je 't precies wilt weten), natuurlijk met de oproep om Europese wetgeving door te voeren.

So far so good? Dacht 't niet! Komend boekjaar lobbyen we serieus verder. Ons doel: Europese wetgeving zo snel mogelijk voor elkaar krijgen.



Hoe zeg je 'wel eerlijk delen hè?' ook alweer in 't Frans?

MODERN SLAVERY IS NOT SWEET

LIKE THIS CHOCOLATE BAR

(so we are really happy that you are seriously going to tackle this issue)

Let's raise the bar!



Nederlandse minister in Ghana en Ivoorkust

Begin februari 2019 bezocht de Nederlandse minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit Ghana en Ivoorkust. En, niet toevallig, wij waren daar ook bij! Minister Schouten bezocht verschillende lokale projecten, boeren en boerderijen, waaronder ook onze partner ECOOKIM.

Focus lag vooral op voedselzekerheid in relatie tot snelle bevolkingsgroei en klimaatverandering. Ongeveer 95% van het voedsel dat in Ghana en Ivoorkust wordt geteeld, is kwetsbaar en heeft last van ongunstige weeromstandigheden zoals onregelmatige regenval en verval van land. En dat geldt zeker ook voor.. cacao. Klimaatlimme landbouw kan hier een oplossing bieden. En laat ECOOKIM op dat vlak nou net goed bezig zijn. Zo zetten ze bijvoorbeeld veel goede schaduwboomen in, waardoor de productiviteit flink omhooggaat. Het verlengt de levensduur van cacao-bomen. En het helpt ook nog eens om CO₂ vast te leggen, de temperatuur lokaal te verlagen en luchtvochtigheid te reguleren. Lekker bezig!

Een brief aan minister Sigrid Kaag

Wij vroegen de Nederlandse minister voor Buitenlandse Handel en Ontwikkelings-samenwerking, Sigrid Kaag, om onze oproep aan het bedrijfsleven te steunen en in Nederland beleidsregels vast te stellen om tot een leefbaar inkomen voor cacao-boeren te komen. En om openlijke steun uit te spreken voor de nieuwe Living Income referentieprijzen in cacao. De brief is positief ontvangen en we praten dit komend boekjaar door.



**Carola Schouten,
minister van
Landbouw, Natuur en
Voedselkwaliteit, op
bezoek bij partner
ECOOKIM.**

Hoe nu verder?

Het lijkt erop dat de overheden in verschillende landen eindelijk een beetje in beweging beginnen te komen. In Engeland lopen ze al flink voor. De Modern Slavery Act (2015) is een wet van het parlement van het Verenigd Koninkrijk. Het is ontworpen om moderne slavernij in het VK te bestrijden en geldt voor de gehele keten.

Tony's Chocolonely pleit voor het invoeren en handhaven van Europese, Amerikaanse en Afrikaanse wetgeving. In de hele wereld timmeren we hard aan de weg om dat voor elkaar te krijgen.

Overheden moeten transparantie en daarmee verantwoordelijkheid in de gehele keten verplicht stellen, want het is wel duidelijk dat het vrijwillig niet snel genoeg gaat.

Maar de enige echte oplossing is 't bestaande systeem veranderen. Chocolade maken kan echt anders. Kijk naar onze aanpak: van boon tot reep is 't zo transparant als maar kan, inzichtelijk en schaalbaar. Deze transparante en open keten is ook voor andere key players haalbaar. En daar ligt een grote rol voor de overheid. Door wetten te installeren en door die wetten ook echt na te leven kunnen we samen dat systeem veranderen.

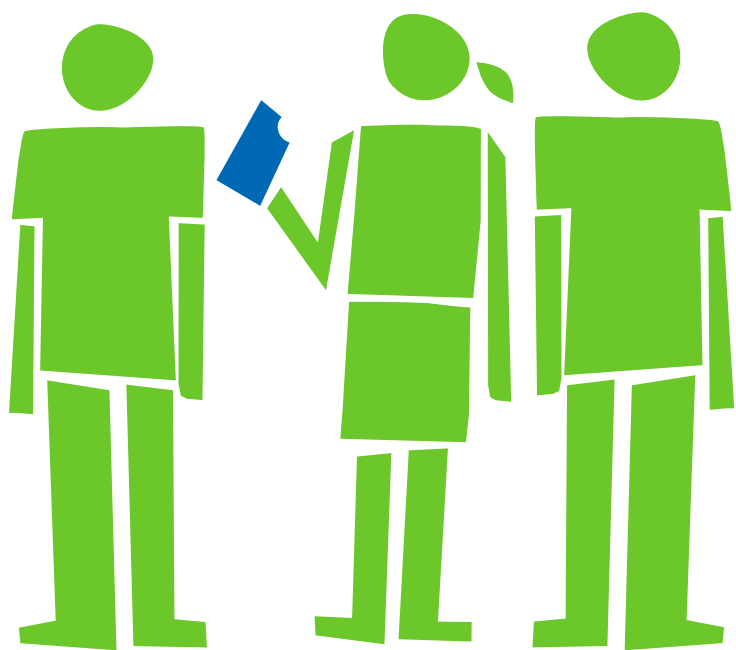
Ghana en Ivoorkust bundelen de krachten

Door de extreem lage cacaoprijzen kan een West-Afrikaanse cacao-boerderij nauwelijks overleven zonder gratis arbeidskrachten. Dit moet veranderen. Daarom bewonderen we de regeringen van Ghana en Ivoorkust om hun inspanningen de cacaoprijzen te verhogen.

Betere regulering van de cacao-productie betekent een verhoging van de farmgateprijs, met als resultaat een leefbaar inkomen voor de cacao-boeren. Kijk, deze 2 voorlopers laten duidelijk zien hoe het wel moet en nemen verantwoordelijkheid. Overheden: kom in actie!

hoofdstuk zeven:

CHOCO FANS



making a movement,
together!

Power to the chocofans, vinden wij. Chocofans steunen onze missie door mee te doen met acties, onze missie actief te delen en door chocolade te kopen. Zo maken chocofans impact, versnellen 't bereiken van onze missie en vergroten samen de druk op andere spelers in de keten.

We organiseren steeds vaker vrienden-events voor Serious Friends. En: we maakten 't afgelopen jaar veel Serious Friends: in Amerika, in Engeland.. Maar om eerlijk te zijn: we haalden ons target niet. 't Is namelijk best moeilijk nieuwe vrienden maken in 't heule grote Amerika.

Wel halen we in the States steeds vaker de serieuze pers (of ze weten ons goed te vinden als ze meer willen weten over hoe 't echt zit), maar Serious Friends worden met de Amerikaanse chocofan gaat langzamer dan verwacht. Daar gaan we aankomend jaar volle bak tegenaan. Serious Friends versnellen onze missie en vergroten samen de druk op andere spelers in de keten. Wordt dus absoluut vervolgd. We gaan er alles aan doen om onze movement van chocofans te laten groeien. Maarreh, wat deden we het afgelopen jaar om ons verhaal te vertellen en 't favo chocomerk te zijn? Best wel veel, komt 'ie:

Beep beep.. Tony's bean-to-bar road trip in Amerika!

Ze iemand road trip?! Dit jaar toerden we over highway & byway in onze nieuwe chocotruck. Met een Bean-to-Bar Journey voor nieuwe en oude chocofans, om alles te leren over onze missie en ze bewust te maken van de misstanden in de industrie. En om chocolade te proeven. We begonnen bij SXSW in Austin, Texas en trokken westwaarts door Texas, Arizona, Californië, Washington en terug naar onze Amerikaanse homebase, om af te sluiten op 't Portland Rose Festival in Oregon.

Onze ongelooflijke chocotruck-crew (hi Corey, Nicole en Steph!) reed in 89 dagen zo'n 7.000 kilometer en zette 39 activiteiten op in 27 verschillende steden. 92.000 mensen deden de truck aan en ongeveer 18.000 mensen stapten binnen om de tentoonstelling te bekijken. Onderweg zagen 334.000 mensen de chocotruck rijden, okee dat laatste is een schatting, maar.. Holy smokes!



I pop, you pop,
we're poppin' it up!



Poppin' it: #TonysGoesUK & Hej Sverige

Gratis chocolade? Dat bestaat helemaal niet, d'r is altijd iemand die de prijs betaalt. Met deze boodschap hielden we in maart 5 dagen lang een mega pop-up midden in London town om onze aankomst in Engeland wereldkundig te maken. De 3.301 bezoekers van onze Free Chocolate Experience, in Greek Street, SoHo, werden getraakteerd op een meeslepende reis om alles te leren over onze missie, en natuurlijk was er ook veel chocolade. We maakten 1.155 nieuwe Serious Friends (high five new British friends!) en d'r kwamen tijdens en na de pop-up PR-reportages uit in de Timeout, The Independent en The Mail online. We kunnen niet wachten om meer Serious Friends in Engeland te ontmoeten.. We're chuffed to bits!

Enneh, waarom het (choco)wiel opnieuw uitvinden? Dus in september popten we 'm gewoon weer op, nu midden in Södermalm in Stockholm: hej Sverige! We zijn al bijna 4 jaar actief in Zweden, maar dit is de eerste keer dat we ons verhaal op zo'n manier delen. Het doel van de pop-up was dan ook *kuch* issue awareness over de problemen in de industrie. Een serieus verhaal, dat we deelden met 3.026 bezoekers. De Zweden vonden 't te gek en schreven veelvuldig ansichtkaarten, waarbij ze vaak onze missie deelden.

#TeilTony's

In Duitsland organiseerden we in juli en augustus een 30-dagen-Instagram-challenge: we zoeken 'Tony's Tafel Teiler': chocofans die 30 dagen lang onze chocolade en ons verhaal delen. Met elke dag een Insta-story die ze highlighten. We willen zo onze awareness vergroten, in contact komen met onze Duitse chocofans en het aantal social volgers laten groeien. Er waren 16 Insta-fanatiekelingen (en dus winnaars!) die dit 30 dagen lang deden, ze houden van onze chocolade en zijn betrokken bij onze missie en het aantal volgers op ons Instagram-account.. verdriedubbelde. Spitze!

Nieuwe markten, meer impact

Hei Suomi! In oktober 2018, lanceerden we in Finland. Hurraa! De Finnen zijn dol op onze chocolade en ons verhaal.

En in januari 2019 was 't zover: de opening van ons langverwachte kantoor in London (Hi team UK!) voor een nieuwe gouden markt: Engeland. Met een grote, rode London bus en een Tony in Tony's pak, reden we door de streets of London.

In april kwam Duitsland erbij, supertoll! Onze eigen Nicole zit in Hamburg en vertelt iedereen 't verhaal.

Bij de Fransen draaien we alvast warm in Monoprix en Franprix. De officiële lancering in Frankrijk komt in het volgend boekjaar. Très bon!

That's what Serious Friends are for

Dit jaar groeide onze friendbase van 8.569 naar 19.835 Serious Friends wereldwijd. Het doel was 50.000 Serious Friends, maar we kwamen d'r al gauw achter dat we dat niet gingen halen. Waarom die 50.000? Omdat we heel veel Serious Friends nodig hebben om samen de industrie te veranderen. En waarom haalden we 't niet? Omdat er nog te weinig tools op het Serious Friends-platform zijn om onze missie actief te delen. En da's een uitdaging. Ook hadden we begin van 't jaar een bups aan dubbele data, oeps. Hierdoor waren de aantallen lager dan eerst gedacht. Leren we weer van.

Serious Friends steunen onze missie en zijn onderdeel van de movement die we willen creëren. Wij willen hen echt leren kennen, inspireren, in contact blijven en de middelen geven om samen impact te maken. Een paar voorbeelden van echte vriendschap: Serious Friend-boottochtjes waar we naar plastic vissen met Plastic Whale en het Bring Your Serious Friend-event in 't Tropenmuseum in Amsterdam. Als allereersten de kans om 'n eigen Tony's Unlimited online te bestellen, met Team Tony's mee naar politiek Den Haag bij 't einddebat over de Wet Zorgplicht Kinderarbeid, de cacao-toer fietsen en early bird tickets voor Tony's FAIR.

Nieuw dit jaar was de Serious Friends Toolbox: in 3, 2, 1..

Tony's Serious Friends Toolbox

Tony's Toolbox. Een kekke online box vol tools voor Serious Friends. Van eigen missies om op te zetten om zo te vertellen over de problemen in de cacao-industrie tot aan TONY de film: voor nop te bekijken via de Toolbox. En wat dacht je van een masterclass 'hoe leg je uit wat er aan de hand is in chocoladeland' van onze eigen Choco Evangelist Ynzo. Ook kon je als Serious Friend via Tony's Toolbox de Eerste Kamer tweeten om de wet aan te nemen. We blijven aan de box sleutelen en 'm vullen met inhoud. Alles met 't doel om samen het verhaal te delen, mensen bewust te maken van de problemen in de cacao-industrie en daarmee de druk op de industrie te versnellen. Enneh, vanaf komend jaar komt de Toolbox ook naar Amerika en Engeland.

Serious events

Voor 't verder onder de aandacht brengen van de serieuze kant van ons verhaal zijn we een missiepartnership aangegaan met alle Volkenkunde-musea in Nederland, waaronder 't Tropenmuseum in Amsterdam. We doen dit trouwens samen met de Chocolonely Foundation.



Onze expositie BITTER Chocolate Stories was tot begin september te zien in 't Tropenmuseum. BITTER vertelt, door de ogen van 15 jongeren, het aangrijpende verhaal van kinderen die in Ghana en Ivoorkust het slachtoffer zijn van gedwongen arbeid en mensenhandel. Ruim 250.000 mensen zagen BITTER in 't afgelopen jaar. Was jij 'r niet een van? Je kan 'm nog tot zomer 2020 bekijken in het Afrikamuseum in Nijmegen (NL).

Een rondje van Tony's

Om de boodschap van onze missie te versterken maakten we samen met het Tropenmuseum een fietsroute: de cacao-fietsstour. Een fietsrondje door Amsterdam langs plekken van ongelijkheid in de wereld, en in de cacao-industrie in het bijzonder.

Met 't Tropenmuseum organiseerden we 2 serious events: een Bring Your Serious Friend-event (met ruim 130 Serious Friends!) en een serieuze conferentie: Slavery, Colonialism & Contemporary Global Inequality.

Digitale expo van REFRAMED, cocoa & color

In maart lanceerden we de digitale expo van REFRAMED op onze websites. Jeweetwel, die prachtige expo van fotograaf Joshua Kissi. REFRAMED gaat over gelijkwaardige beeldvorming van onze trotse partnerboeren. Helaas krijgt de expo online niet zoveel bezoekers (3.000), onze social volgers op Instagram (444K) en LinkedIn (110K) geven een hartje of een duimpje.

De lage exposure vinden we jammer, want de sterke persoonlijkheden en verhalen uit Reframed vertellen op zo'n pure manier waarom het belangrijk is anders met elkaar te samenwerken. Op een gelijkwaardige manier. Dat de belangrijke spelers verandering teweeg kunnen brengen. Niemand wil deze misstanden en we kunnen het samen oplossen. Actie in de taxi!



De prijzenkast

- ➔ Voor het tweede jaar op rij zijn we in de Sustainable Brand Index-ranking door de Nederlandse consument verkozen tot 't meest duurzame merk van Nederland. Zijn we trots op, maar we blijven ook kritisch op onszelf, want we zijn 'r nog niet op het gebied van milieu. Die lat kan weer hoger!
- ➔ Helaas liepen we d'r ook één mis. We werden nét niet verkozen tot Coolest Dutch Brand Award 2018. Bummer!



De Bean to Bar Journey op SXSW.. raise the bar!

Tony's Talks

Hoppa, dit jaar deden we in totaal 232 Tony's talks, wereldwijd! Een paar lekkere cijfers:

- ➔ Er luisterden 27.000 mensen naar de Tony's Talk van onze Choco Evangelist Ynzo. Maar onze Ynzo werd ook uitgenodigd voor podcasts, waarvan we het bereik helaas niet weten..
- ➔ Choco Co-Captain Anne-Wil verzorgde een gastcollege voor 90 MBA studenten van 't International Institute for Management Development in 't Zwitserse Lausanne. Te gek, want op deze toonaangevende business school vind je alleen de allerbesten: managers van nu en leiders van morgen.
- ➔ Enne, waar we vorig jaar nog een klein podium hadden op SXSW, mochten we dit jaar op 't grote podium bij SXSW in Austin, heeeel tof. Kleine merken worden groot!
- ➔ Verder mochten we plaatsnemen in 't hol van de leeuw: het London Chocolate Forum, waar alle grote chocojongens waren.
- ➔ We pakten dit jaar ook weer een TEDxTalk mee, dit keer in Thessaloniki.
- ➔ Een andere highlight was 't Future of Work symposium van the School of Life.
- ➔ En last but not least: de Sustainable Brands-conferenties in Kopenhagen en in het Louvre in Parijs.

The Chocolate Case

Ook hadden we dit jaar veel internationale screenings van onze film, The Chocolate Case. Hij was te zien in Aleppo, Brussel, Genève, Stockholm, Helsinki, Londen en Spanje. Allemaal eindigden ze met 'n panelgesprek met Tony's.

Enne, wist je dat het RoC Amsterdam een heel lokaal heeft ingericht voor Social Entrepreneurship, helemaal vormgegeven met onze 5 samenwerkingsprincipes, onze chocowall? Vet jongeh!

Tony's FAIR 2018

De FAIR was 'r weer een voor in de boeken. Editie 2018 stond helemaal in 't teken van onze Serious Friends: je kon een minimissie doen, een ouderwets ansichtkaartje sturen, en d'r werd tot laat gedanst.



Lekkere kiekjes van Laisa van Prestigieux!



We deden 2 grote aankondigingen op impact: Albert Heijn is onze eerste missiebondgenoot op Tony's Open Chain-platform. Barry Callebaut faciliteert de samenwerking. Da's een grote stap in onze missie en een goed begin, want we willen de hele industrie veranderen.



De bouw van Tony's chocoladefabriek gaat 'r komen en wel in Zaanstad, in Pakhuis 'De Vrede'. Het wordt een totaalbeleving: een Tony's Chocolonely Chocolate Circus, waar je alles kunt leren en beleven over chocolade, de problemen in de cacao-industrie en wat Tony's Chocolonely daaraan doet. Jaarlijks willen we 500.000 chocofans ontvangen. Met een ritje in de achtbaan door de fabriek hopen we dat bezoekers zo ondersteboven zijn van Tony's missie, dat ze mee gaan doen om deze te realiseren. Riemen vast!



We zijn gedumpt..

Repen van Tony's Chocolonely stonden in oktober ineens in een folder van Aldi. Huh, daar wordt helemaal geen Tony's verkocht, hoe kon dit? Door 'n inschattingsfout van ons.. Stom stom stom. Dat kwam zo. Wij verkochten een partij van 80.000 repen aan een klant die in de loyaliteitspakketten zit en met wie we al anderhalf jaar samenwerkten. Zij stelden voor om een pakket samen te stellen met Tony's & Happy Socks. Leek een goed idee. Toch was de loyaliteit ver te zoeken, want ze houden er wat relaties on the side op na. Tegen de afspraken in zijn de repen doorverkocht en zo bij Aldi terecht gekomen. Veel chocofans werden blij van Tony's in de aanbieding en 't was maar voor één weekend. Maar wij vinden dat iedereen in de chocoketen een verantwoordelijkheid heeft om samen 100% slaafvrij de norm te maken. Dat gaat van cacao-boer tot chocofan en dus ook de winkels of partijen die ons verkopen. Winkels moeten niet met prijzen stunts, want chocolade maken en cacao produceren gaat niet gratis. Wij zijn van de langetermijnrelaties en vertrouwen. Hiermee zijn we dus te naïef geweest. Na deze domper hebben we de samenwerking met deze partner opgezegd.



Wat gebeurde d'r verder nog, of juist niet..?

- Met een Gay Bar alleen, zonder verdere uitleg of acties, maken we ons misschien niet hard genoeg voor de LGBTI-community. En daarom kwam er in 2019 geen Gay Bar. We zijn in gesprek met het COC en zoeken contact met Workplace Pride om volgend jaar meer te kunnen betekenen voor de LGBTI-community. Want laat dit duidelijk zijn: we willen echt concrete invulling geven aan 't verder helpen van de emancipatie van de community.
- Onze pure reep kreeg world fame, want die werd gegeten door Figueroa – Fig – in het nieuwe seizoen van de Netflix-serie Orange is the New Black. Woohoo!
- We maakten een video met IT-partner Microsoft over onze missie. Enne, die werd gedeeld met miljoenen volgers van Microsoft. Ben je 'm tegengekomen?
- In een aflevering van de Netflix-docu Rotten wordt ingezoomd op de bittere waarheid achter chocolade. Kijk en deel 'm, want hoe meer mensen weten van de misstanden in de cacao-industrie, hoe meer impact we kunnen maken.

Power tot the chocofans. Chocofans maken impact, versnellen 't bereiken van onze missie en vergroten samen de druk op andere spelers in de keten. We're all in this together. Laat je horen!



hoofdstuk acht:

LAAT DE GETALLEN MAAR KNALLEN

Op onze routekaart staat 't: om onze missie te bereiken, moeten we ook commercieel succesvol zijn. Als dat lukt en we maken tegelijkertijd impact, dan kunnen de chocogiganten dat ook. En om dat extra duidelijk te maken, willen we vooral succesvol zijn in de markten die voor Big Choco het belangrijkste zijn. Maar ohoh, dit jaar maken we geen winst. Watskeburt? Kun je commercieel succesvol zijn en een jaar geen winst maken? Laten we daar samen eens induiken. Duikbrillen op? Springen maar.

Afgelopen jaar was een transitiejaar met een internationale mindset. Het begin van nieuwe stappen die Tony's naar een volgende fase brengen. Om onze missie te bereiken, moeten we echt onze Nederlandse grenzen over. Succes in Nederland is gewoon niet genoeg om de industrie te veranderen. Daarom is afgelopen jaar heel veel geïnvesteerd in onze toekomstige buitenlandse groei. In de teams daar, in distributie, in de relaties met de klanten. En tsja, de kost gaat voor de baat uit. Alles wat we dit jaar deden had als doel daarna weer te kunnen versnellen in 't maken van directe impact. Daarnaast zijn we druk aan de bak met ons Chocolate Circus. Om dat een succes te laten zijn, investeren we een hoop. Aankomend jaar moeten we het laten zien. Ons thema voor volgend jaar is dan ook: Showtime!

Het doel niet behaald

De omzetgroei over het afgelopen jaar is 26,5%, onze brutomarge 40,4% en de nettowinst 0%. Dat is flink minder dan waar we op hadden ingezet, dat was 33,5% omzetgroei, minimaal 40% brutomarge en 4% nettowinst. Dat hebben we bij lange na niet gehaald. Balen!

Onze omzet is gestegen van € 55,1 miljoen naar € 69,6 miljoen. Niet gek, maar ons oorspronkelijk doel was € 73,5 miljoen. En we hebben flink meer kosten gemaakt dan gepland. Onze brutomarge is met 1,2% verslechterd van 41,6% naar 40,4%.

We lichten graag een paar dingen toe.

- Onze personeelskosten zijn als percentage van de omzet gestegen van 11,6% naar 13,3%. We zijn in team nog steeds enorm aan het groeien en investeren vooruit om onze impactgroei in de wereld waar te maken. Onze marketingkosten groeien ook, maar zijn vergeleken met andere commerciële bedrijven nog steeds laag.
- De logistieke kosten zijn in verhouding gedaald. Door de nog kleine volumes naar en binnen Amerika en Engeland zijn de logistieke kosten per 'doos verkochte repen' in verhouding hoog. Bij verdere groei gaat dit verbeteren.
- Onze impact consultancy kosten € 667.000 (de kosten om onze impact te versnellen en te meten) komen apart bovenop de premiebetalingen en de 1% omzetbijdrage aan de Chocolonely Foundation. Hiermee financieren we onze eigen impactprojecten en dragen we soms een steentje bij aan impactprojecten van de coöperatie. Soooo.. ben je er nog??

Dit boekjaar hebben we een groot aantal investeringen gedaan: in het nieuwe team in Engeland, uitbreiding van het team in Amerika en niet te vergeten het Tony's Chocolonely Chocolate Circus.

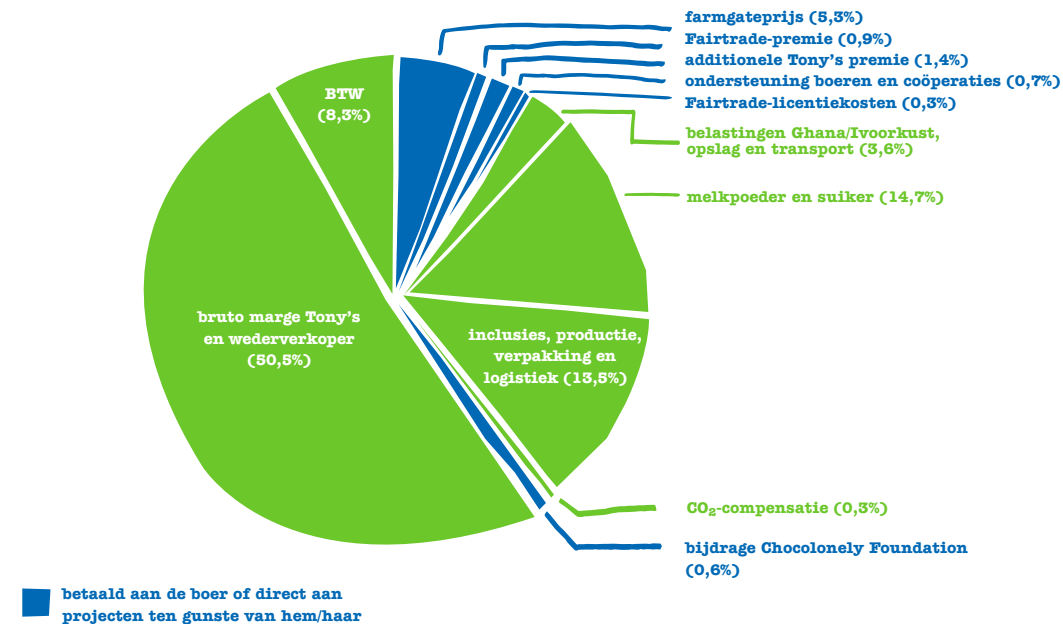
Tony's impactkosten

Het totaal aan vrijwillige bijdragen noemen wij onze impactkosten. Ze komen direct of indirect ten goede aan de boeren van onze partnercoöperaties en aan onze strijd om 100% slaafvrij de norm te maken in chocolade. Er is € 4,4 miljoen aan impactkosten geboekt in de kosten in 't afgelopen boekjaar. Dit is iets meer dan 6,4% van de netto-omzet. Dit zijn de kosten die ook daadwerkelijk in de winst- & verliesrekening terecht komen. Snappie?

impactkosten	2018/2019	2017/2018	2016/2017	2015/2016
Tony's premie	2.305.490	1.334.915	1.103.687	558.713
Fairtrade-premie	820.345	623.014	555.600	373.976
Tony's additionele premie	1.485.150	711.901	548.086	184.737
impact project costs	666.699	392.111	363.478	145.542
Fairtrade licence fee	334.566	361.107	284.851	206.080
Chocolonely Foundation	700.420	550.520	449.242	293.056
totale impactkosten	4.007.715	2.638.652	2.201.257	1.203.392

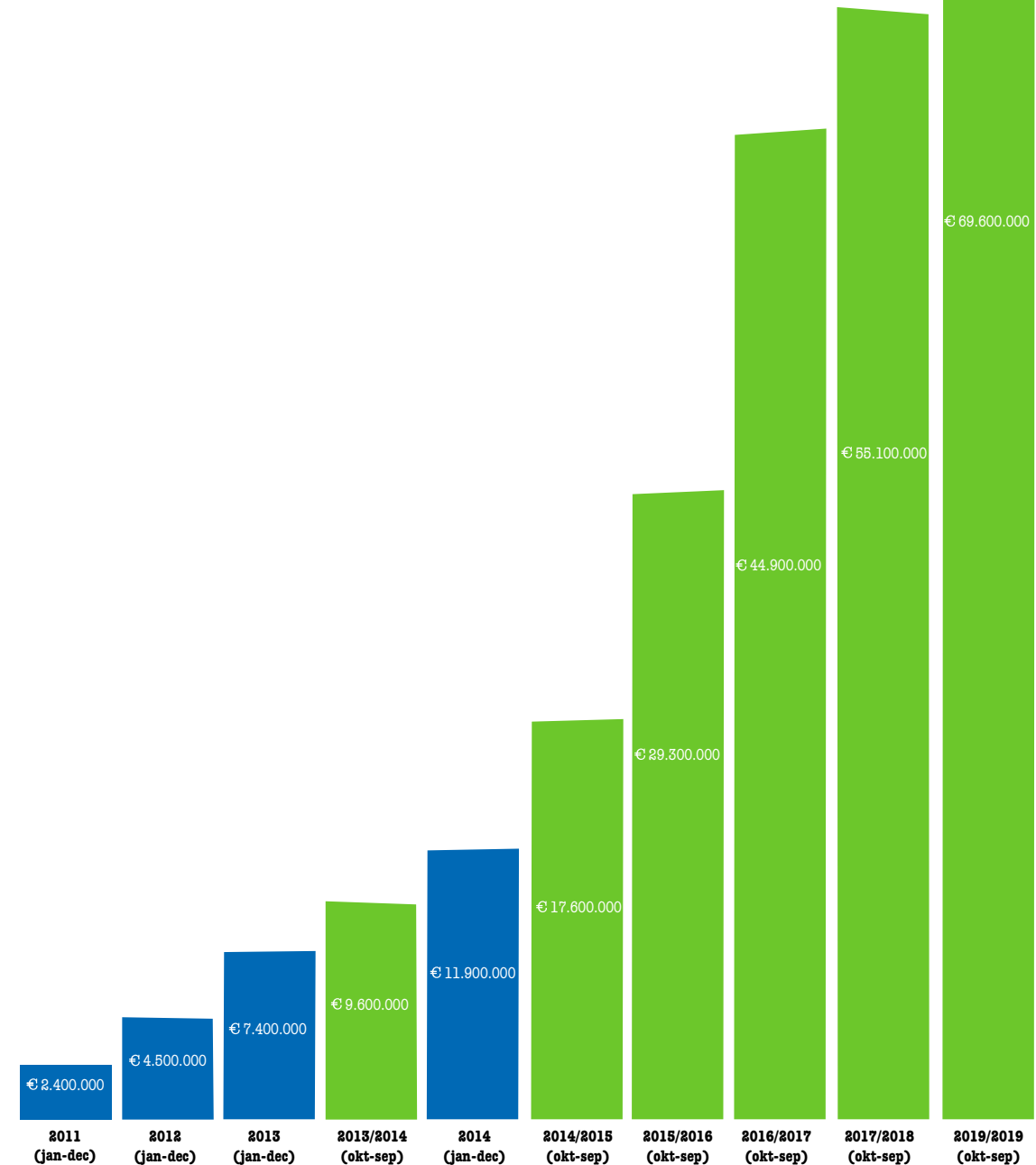
Hoe zit de prijs van een reep eigenlijk in elkaar?

Weet jij hoe de prijs van een reep is opgebouwd? Je ziet 't in deze mooie taart:



Omzet

Onze omzet is vorig jaar gestegen van 55,1 miljoen euro naar 69,6 miljoen euro. Een groei van 26,5%.



Winst- en verliesrekening

	2018/2019	2017/2018	2016/2017
Netto omzet	69.619.907	55.051.839	44.924.181
Inkoopkosten	(41.491.568)	(32.132.063)	(26.721.642)
Kostprijs verkopen	(40.006.418)	(31.420.162)	(26.173.556)
Tony's additionele premie	(1.485.150)	(711.901)	(548.086)
Bruto marge	28.128.339	22.919.776	18.202.539
Bruto marge %	40,4%	41,6%	40,5%
Personeelskosten	(9.293.503)	(6.389.992)	(4.257.118)
Verkoopkosten	(10.396.357)	(7.384.416)	(5.849.457)
Marketing & PR	(2.029.276)	(1.459.085)	(1.078.348)
Promotiebijdragen	(6.454.402)	(4.342.968)	(3.585.899)
Fairtrade licentie premie	(334.566)	(361.107)	(284.851)
Chocolonely Foundation premie	(700.420)	(550.520)	(449.242)
Reis- en representatiekosten	(546.100)	(438.244)	(324.275)
Overige verkoopkosten	(331.593)	(232.493)	(126.842)
Logistieke kosten	(3.470.324)	(2.949.622)	(2.107.891)
Algemene kosten	(3.576.064)	(2.206.096)	(1.827.303)
EBITDA	1.392.091	3.989.651	4.160.769
Afschrijvingen en amortisatie	(1.024.347)	(592.019)	(266.019)
EBIT	367.744	3.397.631	3.894.750
Financiële baten en lasten	(248.863)	(221.319)	(217.693)
Buitengewone baten en lasten	0	200.266	0
Belastingen	(116.226)	(895.230)	(959.766)
Netto winst	2.656	2.481.348	2.717.291
NETTO WINST PERCENTAGE	0,0%	4,5%	6,0%

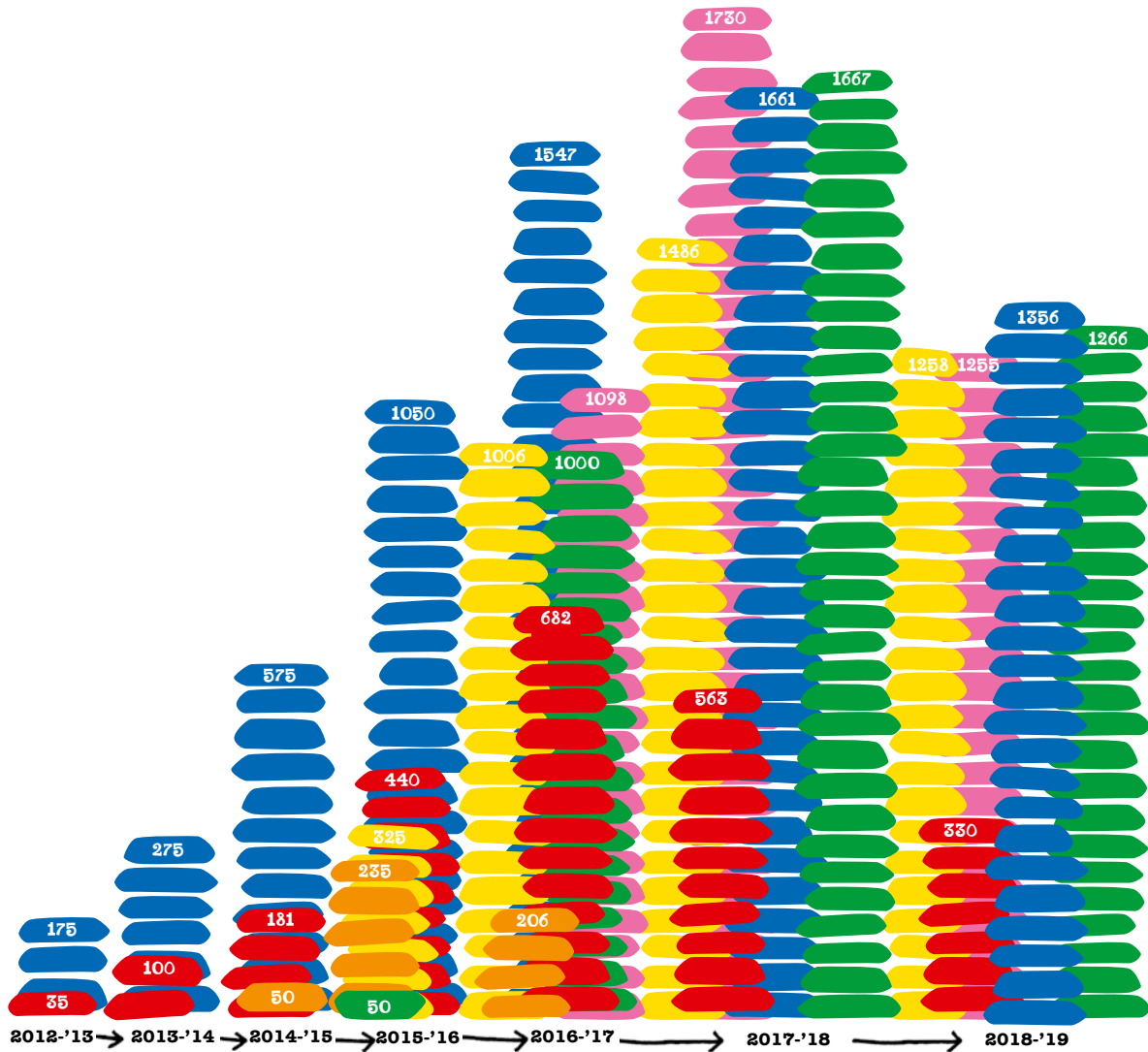
Balans

	9/30/2019	9/30/2018	9/30/2017
Vaste activa	5.654.667	4.303.208	1.871.099
Immateriele vaste activa	1.205.695	903.307	734.222
Materiele vaste activa	4.448.972	3.399.901	1.136.878
Voorraden	6.515.737	5.833.837	4.766.124
Debiteuren en overige vorderingen	17.457.514	11.003.524	8.846.218
Handelsdebiteuren	12.829.706	8.097.800	6.362.773
Overige vorderingen	2.871.596	980.989	783.228
Vooruitbetaalde Tony's additionele premie	1.756.212	1.924.735	700.217
Vordering CocoaSource	0	0	1.000.000
Liquide middelen	1.121	571	2.222
Totaal activa	29.629.038	21.141.138	15.485.663
Eigen vermogen	3.003.244	3.214.914	1.417.949
Geplaatst en gestort kapitaal	37.085	37.112	35.829
Agio reserve	0	209.338	0
Wettelijke reserve	237.285	216.432	216.979
Algemene reserve	2.728.874	2.752.032	1.165.141
Schulden kortlopend	25.217.861	15.631.329	11.641.047
Handelscrediteuren	8.416.541	6.088.606	4.610.195
Belastingen en sociale premies	1.300.221	513.975	414.749
Kredietinstellingen	12.227.267	6.146.275	2.651.026
Overige schulden en overlopende passiva	3.273.832	2.882.473	2.965.078
Leningen CocoaSource	0	0	1.000.000
Lang lopende schulden	1.407.933	2.294.897	2.426.667
Totaal passiva	29.629.038	21.141.138	15.485.663

De Winst- en verliesrekening en de Balans zijn van toepassing op Tony's Factory BV en alle dochters, samen noemen we die Tony's Chocolonely.

MT bonen ingekocht per coop per jaar

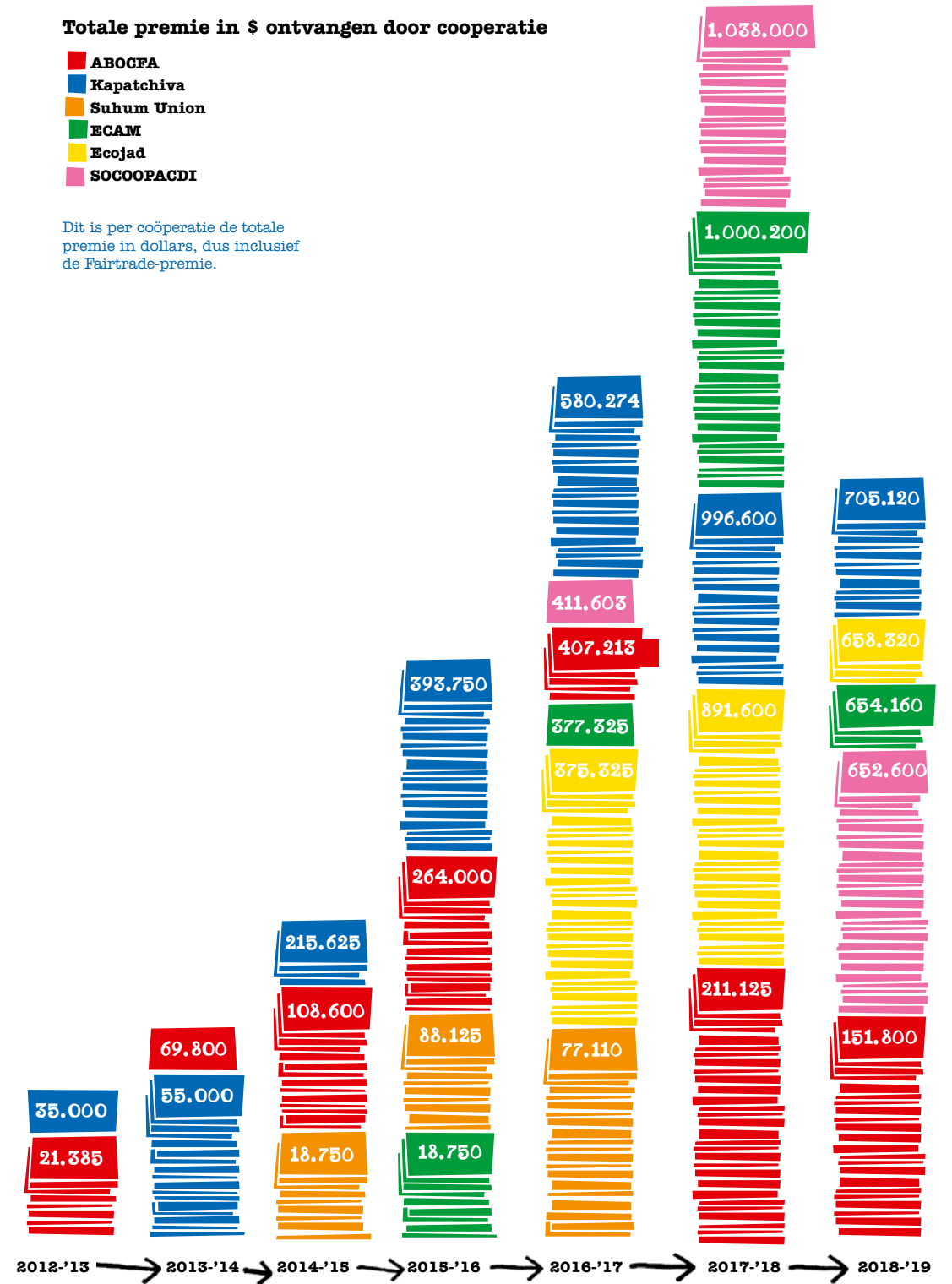
- ABOCFA
- Kapatchiva
- ECAM
- Ecojad
- SOCOOPACDI
- Suhum Union



Totale premie in \$ ontvangen door cooperatie

- ABOCFA
- Kapatchiva
- Suhum Union
- ECAM
- Ecojad
- SOCOOPACDI

Dit is per coöperatie de totale premie in dollars, dus inclusief de Fairtrade-premie.



Tony's premie

We maakten 't afgelopen jaar € 2,6 miljoen over aan premies. Let op: het overzicht op de vorige pagina is in dollars en niet in euro's. De premies kun je opsplitsen in € 1 miljoen Fairtrade-premie en 1,6 miljoen Tony's additionele premie. 'n Hogere prijs is een van onze 5 samenwerkingsprincipes en onderdeel van een eerlijk verdeelde cocoa keten. En dat zouden meer bedrijven moeten doen!

Afgelopen boekjaar was dit: \$ 200 Fairtrade-premie per metric ton (mt) cocoa bonen voor Ghana en Ivoorkust. Tony's additionele premie staat op: \$ 260 per mt in Ghana en \$ 320 in Ivoorkust.

En nu nog ff wat preciezer

➔ Het als kosten geboekte deel van Tony's additionele premie op onze winst- & verliesrekening sluit aan bij 't totaal aantal verkochte repen in hetzelfde jaar. Het verschil tussen de geboekte additionele premie en de vooruitbetaalde kosten is de premie op de bonen die nog op voorraad liggen. Dat verschil staat als vooruitbetaalde kosten op onze balans. We boeken dit in de kosten wanneer deze bonen daadwerkelijk in de reep terecht komen.

➔ Impact Consultancy Costs: € 667.000 zijn bijna verdubbeld ten opzichte van vorig jaar. Dit zijn de kosten voor projecten zoals de Best Farmer Awards, Tony's Handshake, kosten voor lokale consultants die de coöperaties ondersteunen met het maken van hun 5-jaren plan.

➔ De licentiekosten voor Fairtrade: € 334.566. Dit zijn de kosten voor het lidmaatschap en gaan niet van de premiebedragen af.

➔ 1% van de gerealiseerde netto-omzet van Tony's Factory BV reserveren we voor de Chocolonely Foundation om projecten van de foundation te financieren, zoals 100WEEKS. Over het afgelopen boekjaar gaat 't om € 700.420.

Hoe wordt Tony's Chocolonely bestuurd?

Wij vinden transparantie nogal belangrijk en dat is ook waarom we dit jaar FAIRslag voor jullie schrijven. Hieronder lees je hoe we georganiseerd zijn en hoe we 't organiseren om scherp te blijven.

Eindverantwoordelijk zijn de Choco Chiefs: Henk Jan Beltman, Chief Chocolate Officer, Anne-Wil Dijkstra, Choco Co-Captain en Freek Wessels, Bean Counter. Vanaf 1 november 2019 hebben we een nieuwe Chief Financial Officer aan boord: Derk Jan Terhorst. Freek zwaait na 6,5 jaar af als Choco Chief. Met 't aanbreken van 'n nieuwe fase is voor Freek de cirkel rond.. tijd voor een nieuwe uitdaging. De Choco Chiefs staan ingeschreven als statutair directeur van Tony's Factory BV bij de Kamer van Koophandel.

Tony's Heads hebben elk een functioneel domein onder hun verantwoordelijkheid. Samen met de Chiefs vormen ze het leiderschapsteam:

Frits 'Choconator' Snel: Head of Sales.

Frans Pannekoek, Bean to Bartender, Head of Operations.

Paul Schoenmakers, Impactus Prime, Head of Impact.

Freek Wessels, Bean Counter, Head of Finance.

Kristel Moedt, Queen Dream Team, Head of People & Culture.

Pascal van Ham, Chocologo, Head of Marketing, nam na 4 geweldige en intensieve jaren afscheid: met een lach en een traan. Pascal is opgevolgd door Thecla Schaeffer, Marketing Magic Maker.

Raad van Commissarissen

Tony's Chocolonely heeft 3 commissarissen die de Choco Chiefs adviseren en controleren:

Willemijn Verloop, partner en co-founder Social Impact Ventures, co-founder Social Enterprise NL, vice chair War Child, aandachtsgebied sociale impact.

Peer Swinkels, CEO Royal Swinkels Family Brewers: aandachtsgebied sales & marketing.

Erik Cornelissen, Partner KornFerry: voorzitter en aandachtsgebied financiën en juridische zaken.

Per 1 oktober 2019 treedt Erik Bras toe tot onze RvC. Hij is momenteel CEO Signature Foods en algemeen directeur Johma, aandachtsgebied: commercie. Welkom Erik!

Voor de RvC-taken ontvangen de leden een vergoeding van € 15.000 per jaar.

**Tony's Raad van Commissarissen:
nog geen dag ouder dan vorig boekjaar!**



Raad van Kinderen

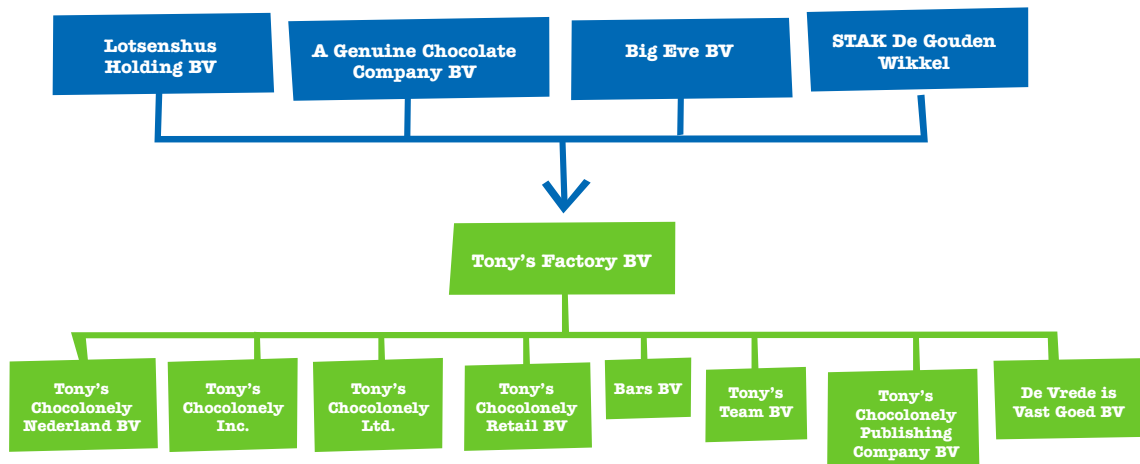
Naast een RvC hebben we ook een Raad van Kinderen. Groep 8 van de Amsterdamse basisschool de Catamaran kwam ook dit jaar weer langs voor hun advies aan Team Tony's. Dit jaar hebben we het gehad over kindermarketing. Interessant!

De Raad van Kinderen in actie: netjes de vinger omhoog!

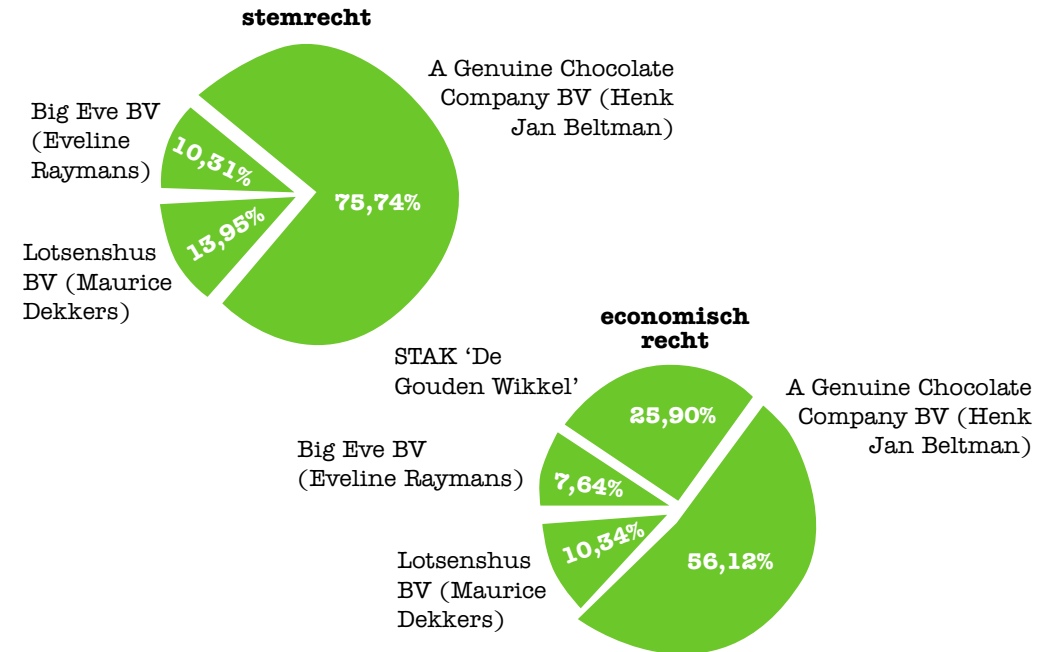


Eigendomsstructuur, aandeelhouders en rechtsvorm Tony's Chocolonely

Dit jaar FAIRslag gaat over de activiteiten en resultaten van Tony's Factory BV en haar 8 dochters in boekjaar 2018/2019. Samen noemen we die Tony's Chocolonely. Tony's Factory BV heeft 4 aandeelhouders. De onderlinge percentages qua stemrecht en economisch zijn gewijzigd ten opzichte van vorig boekjaar door verschillende transacties. We duiken er helemaal in:



→ Verdeling van aandelen tussen aandeelhouders met en zonder stemrecht



→ De Gouden Wikkkel & De Gouden Wikkkel managementparticipatie BV

Iedere Tony in vaste dienst kan op basis van een goede eindejaarsbeoordeling een Gouden Wikkkel kopen; een of meerdere stemrechtloze certificaten.

Er staan op 30 september 2019 960.572 certificaten uit in de STAK Gouden Wikkkel. Het gaat om 710.064 certificaten A en 250.508 certificaten B. Het eindresultaat: op 30 september 2019 was 25,9% van het economisch recht in handen van Tony's. Aan het eind van dit boekjaar hebben er 54 Tony's Gouden Wikkels.

Geen dividend

Nope, over het afgelopen jaar wordt geen dividend uitgekeerd.

Tony's High Five

We hebben een Tony's medezeggenschapsraad in Nederland. 5 Tony's die zich hebben georganiseerd als een formele ondernemingsraad, maar met meer flexibiliteit in de processen en doorlooptijden. En wat ze doen (en laten) is vastgelegd in een officieel reglement: natuurlijk in de Only Tony's taal. Bij ons gaat alles snel en door zwangerschapsverloven was onze High Five niet altijd op volle sterkte. Daar gaan we volgend jaar nog een tandje bij doen. Joe!

CHOCOLONELY foundation

Hoewel de Chocolonely Foundation een onafhankelijke stichting is, mag de foundation in het jaarFAIRslag niet ontbreken. Ons doel is om de sector van binnenuit te veranderen dus wij richten ons op een andere manier van zakendoen in de keten.. De foundation financiert en support projecten en initiatieven buiten de keten.

Tony's Chocolonely doneert jaarlijks 1% van de omzet om de doelstellingen van de foundation te realiseren.

In totaal gaf de Chocolonely Foundation dit jaar € 1,4 miljoen uit. Afgelopen boekjaar keurde het bestuur van de foundation 5 nieuwe projecten goed en is de samenwerking met 5 bestaande projectpartners verlengd. Da's mooi nieuws, en daarmee financiert de Chocolonely Foundation in totaal 22 projecten.

De foundation heeft dezelfde missie als Tony's Chocolonely en kent deze 3 pijlers:

1

Sterkere
cacao-
gemeenschappen

2

Stimuleren van
**consumenten-
bewustwording**
van ongelijkheid in
de cacaosector

3

Andere
relevante spelers
(bedrijven, politiek)
**aanzetten
tot actie.**

WAAR LIGT DE FOCUS?

➔ sterkere gemeenschappen: 100WEEKS

100WEEKS is 't programma in Suhum (Ghana) waar 100 vrouwen 100 weken lang 8 euro per week krijgen om uit de extreme armoede te komen. Naast geld worden de vrouwen ook getraind op 't gebied van ondernemerschap en financieel management. Inmiddels loopt 100WEEKS al bijna anderhalf jaar. De belangrijkste impact is gemeten en dat ziet er goed uit. Benieuwd naar alle resultaten? Check de website van de foundation.

➔ sterkere gemeenschappen: Teaching at the Right Level

Afgelopen jaar is in Ivoorkust een pilot gestart, in samenwerking met Teaching at The Right Level en Pratham. Doel is om de lees- en rekenvaardigheden van basisscholieren te verbeteren. Na een korte test krijgen de kinderen op eigen niveau en in kleine groepen intensief les. De leraren worden getraind om met deze methode te gebruiken. Het lesprogramma is afgelopen schooljaar uitgerold bij 2.500 leerlingen op 25 scholen. De resultaten van de pilot zijn heel positief. De foundation is in gesprek om het programma samen met de overheid uit te rollen voor heel Ivoorkust.

Daarnaast zijn onder de pijler sterkere gemeenschappen 2 nieuwe projecten gefinancierd. Er zijn 8 scholen gebouwd/gerenoveerd in de gemeenschappen waar Tony's Chocolonely bonen koopt. Ook is een 3-jarige samenwerking gestart met Designathon Works. Zij organiseren de Global Children's Designathon – een jaarlijkse dag voor kinderen waarbij 't gaat over de toekomst en toekomstige technologieën. Wereldwijd deden er 1.000 kinderen mee verdeeld over 30 steden. Met afgelopen editie ook 2 groepen kinderen uit Ghana en Ivoorkust uit gemeenschappen waar Tony's Chocolonely bonen koopt.

➔ Bewustwording: cultuur en educatie

Hieronder valt de samenwerking met Tony's Chocolonely en het Nationaal Museum van Wereldculturen om bewustwording te creëren rondom moderne slavernij. Voorbeelden van de samenwerking zijn de tentoonstelling BITTER en de ontwikkeling van een lespakket over de geschiedenis van de slavernij en moderne slavernij.

➔ Inspireren tot actie: onderzoek en lobby

Doel is om overheden en bedrijven te inspireren om een positieve verandering in de keten tot stand te brengen. Het Duitse Südwind Institute is een belangrijke partner. Met ondersteuning van de Foundation is in Duitsland een cocoa agro-forestry conferentie georganiseerd. Daarnaast spant Südwind zich in om wetgeving in Duitsland en Europa rondom mensenrechten vorm te geven. Met als doel dat bedrijven verantwoordelijkheid nemen voor mensenrechten in hun ketens, niet alleen voor cacao maar voor alle sectoren.

Check alle verdere info en de financiële verslaglegging online:
www.chocolonelyfoundation.org.



Scan & go!

hoofdstuk negen:

LET'S RAISE THE BAR!

100% slaafvrije chocolade. Niet alleen die van ons, maar alle chocolade wereldwijd. Daar gaan we voor. We gaan voor minimaal 100 miljoen euro omzet, maar willen 125 miljoen bereiken. En we halen dan ook minimaal 5.500 mt traceerbare bonen op, maar proberen dit te laten groeien naar 6.925 mt als we meer repen verkopen. We zijn marktleider chocoladerepen in Nederland, en willen dat ook worden in de andere gouden landen. We willen ons verhaal delen en ook daar een Serious Friends Movement starten. We willen alle key players in die landen aanzetten tot actie. Aankomend jaar zal de groei grotendeels uit Amerika, Engeland en Duitsland komen. Hoe? Zo:

6.925

mt traceerbare bonen

We kopen 6.925 mt traceerbare bonen met Tony's premie bij onze 7 partnercoöperaties. Yup, dat zijn er een hoop meer dan vorig jaar. En als we echt los gaan.. misschien nog wel meer. Gaan we voor, kunnen we niet alleen.

8.500

cacaoboeren

8.500 cacaoboeren profiteren direct van onze premie. Dat zijn er meer dan vorig jaar en dat komt doordat we ook flink meer bonen gaan kopen dan vorig jaar.

\$ 350

Tony's additionele premie in Ivoorkust

\$ 335

Tony's additionele premie in Ghana

per mt bonen, boven op de Fairtradepremie van \$ 240 per mTon en in Ivoorkust de extra \$ 235 per mTon minimum prijs differential. De totale Tony's premie bovenop de Farmgateprijs komt in de Ivoorkust daardoor op \$ 825 per mTon en in Ghana \$ 575 per mTon. We hebben afgelopen jaar hard gewerkt om ons leefbaar inkomen model te verbeteren. Dat is gelukt. Dit boekjaar gaan we het nieuwe rekenmodel LIRP met iedereen delen (als je dit leest is dat al gebeurd hoor) en ervoor zorgen dat dit de nieuwe norm in de industrie wordt.

7

partnercoöperaties

We bouwen met 7 partnercoöperaties aan een meer directe relatie met de boeren die aan ons leveren. We gaan op zoek naar boeren die in de eigen gemeenschap strijden voor gelijkwaardige relaties, die 't verbouwen van cacao als zelfstandig ondernemer zien als iets om trots op te zijn en die samen met ons aan de missie willen werken.

100%

CO₂-neutraal

We houden onze reep CO₂-neutraal en zo kunnen we 100% van onze CO₂-uitstoot in de keten van boon tot reep compenseren via innovatieve partners. Daarnaast blijven we zoeken naar manieren om in onze keten CO₂-uitstoot te verminderen. Wij vinden trouwens dat de 'kosten' van de CO₂-uitstoot in de kostprijs van de reep hoort. Daarom gaan we aankomend jaar deze kosten meenemen in de kosten voor het maken van een reep.

55.000

Serious Friends

Wereldwijd steunen 55.000 Serious Friends onze missie. Dat zijn er 35.081 meer dan we nu hebben. Ook volgend jaar wordt het flink vrienden maken! Gelukkig zijn we daar dol op. We gaan vol inzetten op het maken en activeren van vrienden die onze missie steunen. Vooral in Amerika, Engeland en Duitsland. Friendship Ahoy!

100%

GPS-mapping

Met GPS-mapping brengen we alle cacaoboerderijen in kaart. Dat is nu voor Ivoorkust al 100% en voor Ghana zijn we dit in rap tempo aan het opschalen naar 100%. Nieuwe partnercoöperaties waarmee we gaan werken moeten binnen 1 jaar 100% via GPS-mapping in kaart gebracht zijn. Zo kunnen we ontbossing tegengaan en werken aan 't onderdeel productiviteit en kwaliteit, van onze 5 samenwerkingsprincipes.

5

missiebondgenoten

We hebben minstens 5 extra missiebondgenoten aan boord die ook bean-to-bar bonen in de eigen producten gebruiken. En die onze 5 samenwerkingsprincipes toepassen. Voortgang op de derde pijler!

→ We zijn ambitieus, dus eerder dan gepland zijn we volle bak aan de slag met het optuigen van het team in Duitsland. Duitsland, bist du bereit, uns auf unserer Mission zu begleiten?

→ En zo vertellen we ons verhaal – in welke taal dan ook. In woord en beeld. Alleen samen maken we 100% slaafvrij de norm in chocolade. We gaan ervoor, jij en ik en jij.. en jij.. he wat gaaf. Jij ook?!

voor de liefhebbers:

BELANGRIJKE BIJLAGEN

over dit FAIRslag

Assurance Report PwC

toelichting op Tony's niet-financiële impact KPI's

moeilijke woordenlijst

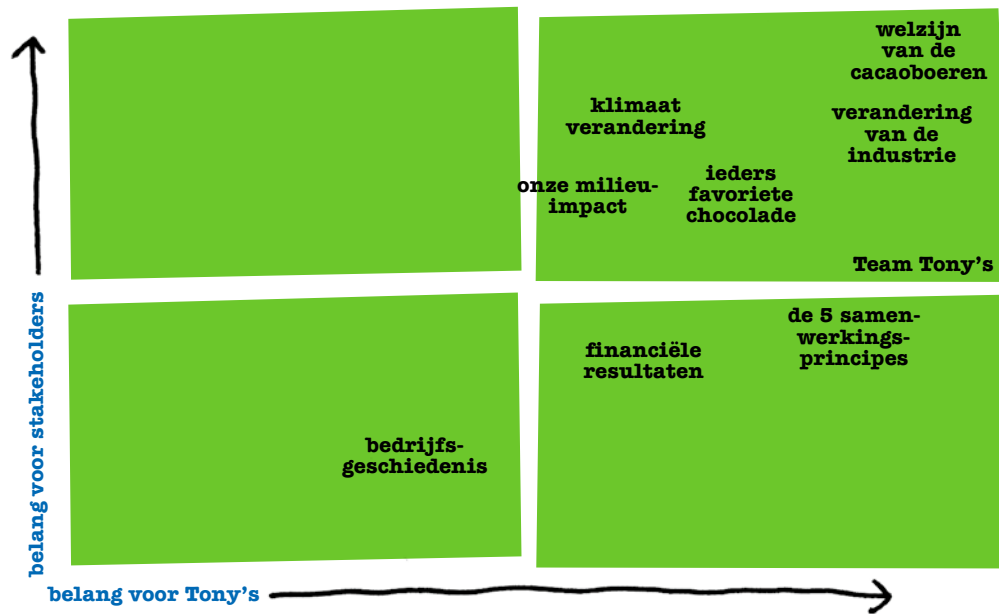
Belangrijke Bijlage 1: over dit jaarFAIRslag

Dit is het jaarFAIRslag van Tony's Chocolonely. Elk jaar schrijven we dit jaarFAIRslag voor onze stakeholders, alle partijen die ergens in onze chocolaten zitten en daarom belangrijk zijn voor ons. Want alleen samen zal 't lukken om 100% slaafvrij de norm te maken.

Ook dit jaar hebben we onze stakeholders gevraagd aan welke onderwerpen we moeten werken en waar ze meer over willen weten. Hieronder geven we aan hoe we hierover met wie in contact zijn geweest.

Stakeholder	Wijze van contact in 18/19	Belangrijkste onderwerpen
Team Tony's	Halfjaarlijkse werkpretenquête, jaarlijkse online stakeholderenquête.	Misstanden in de cacaosector, doelen en resultaten van afgelopen jaar, ambities voor de komende jaren.
Cacaoboeren	Werkbezoeken, overleg en evaluaties met de coöperaties, mini FAIR en atelier de Tony's event.	Langetermijnrelaties, betalen van een premie voor de cacao, verandering in de industrie, traceerbaarheid, productiviteit, bescherming van de kinderen en gemeenschapsofbouw.
Chocofans: consumenten	Jaarlijkse online stakeholder enquête, sociale media (door het jaar heen), jaarlijks chocofan onderzoek.	Tony's visie en routekaart, onze impact op het milieu, ambities en doelen voor de komende jaren.
Zakelijke chocofans	Jaarlijkse online stakeholder enquête.	Tony's visie en routekaart, ambities en doelen voor de komende jaren, onze impact op het milieu.
Klanten: retailers	Jaarlijkse online stakeholder enquête. Klant bezoek en ronde tafel discussies.	Tony's visie en routekaart, hoe we de industrie veranderen, doelen en resultaten van het afgelopen jaar, onze impact op het milieu.
Leveranciers	Online stakeholder enquête, het jaarlijkse Limitedsdiner, dagdagelijkse gesprekken.	Onze doelen en resultaten van het afgelopen jaar, Tony's visie en routekaart, ambities voor de komende jaren.

De belangrijkste onderwerpen die de stakeholders aandroegen voegen we samen met de onderwerpen die wij zelf belangrijk vinden en waarbij we zelf economische, sociale of milieu-impact hebben. Deze longlist van onderwerpen plotten we vervolgens in een matrix om te bepalen waaraan we de meeste aandacht besteden in ons dagelijks werk en in ons jaarFAIRslag. We zetten in die matrix de belangen van de stakeholders af tegen de onderwerpen die wij als Tony's belangrijk vinden voor de toekomst van ons bedrijf.



➔ Zaken die rechtsboven staan, zijn belangrijk voor ons en voor onze stakeholders. Het welzijn van boeren en de structurele verandering van de cacaosector staan rechtsboven. Net als vorige jaren zijn dit de hot topics. Als je onze jaarFAIRslagen al langer leest zie je wellicht dat de onderwerpen ongeveer dezelfde zijn als vorige jaren.

Sommige thema's op de matrix zijn eigenlijk clusters van onderwerpen. Dit is wat erin zit:

➔ Het welzijn van de cacaoboeren gaat ook over het welzijn van hun families. Hiervoor zijn een hoger inkomen en het voorkomen van gedwongen of kinderarbeid van groot belang.

➔ Onze impact op het milieu: onze focus is 't welzijn van de boeren en hun families, maar we zien uiteraard het belang van het milieu in klimaatverandering, waar ook de boeren last van hebben.

➔ Ieters favoriete chocolade: onder dit thema vallen onderwerpen als nieuwe smaken, productontwikkeling, 't assortiment en de productkwaliteit. Crazy about chocolate!

De belangen blijven verschillen over een paar onderwerpen, die vinden wij van groter belang dan onze stakeholders:

➔ Onze aanpak waarbij alle spelers in de keten hun verantwoordelijkheid kunnen pakken. De 5 samenwerkingsprincipes die andere bedrijven kunnen volgen, met als uiteindelijk doel om de industrie te beïnvloeden en te veranderen.

➔ Financiële resultaten en commercieel succes zijn belangrijk voor ons voortbestaan, maar ook om andere chocoladebedrijven te inspireren ons voorbeeld te volgen.

In dit jaarFAIRslag lees je vooral over ons eigen bedrijf in Nederland, de VS en de UK. Uitzondering daarop zijn 't welzijn van de cacaoboeren, verandering in de sector en klimaatverandering. Over deze onderwerpen richten we ons juist op de impact op de cacaoboeren en de cacaosector in het algemeen.

Dit FAIRslag gaat over de periode van 1 oktober 2018 tot en met 30 september 2019. In oktober begint voor de boerencoöperaties in West-Afrika een nieuw cacao seizoen, en daar sluiten wij met onze planning mooi op aan.

Dit jaarFAIRslag is opgesteld in overeenstemming met de GRI Standards: Kernachtige versie (core). Dit betekent dat we dit verslag op dezelfde manier opstellen als andere, grote chocoladebedrijven. GRI onderkent een aantal principes voor verslaglegging. Op onze website kun je op de pagina's over het jaarFAIRslag lezen hoe wij gebruik maken van deze principes bij het opstellen van ons jaarFAIRslag.

Belangrijke Bijlage 2: toelichting op Tony's niet-financiële impact KPI's

Hieronder staan onze belangrijkste niet-financiële Key Performance Indicators beschreven. Deze KPI's horen bij de materiële onderwerpen en worden daarom ook door PwC gereviewd.

Pijler 1: Tony's maakt bewust

1. **% van de chocofans dat weet van het bestaan van slavernij op de cacaoplantages.** Het percentage mensen wonende in Nederland dat max. 3 maanden voor het interview één chocoladereep heeft gekocht en vaak of weleens heeft gehoord over het bestaan van modern slavernij in de cacaosector. Met deze KPI meten wij in hoeverre mensen op de hoogte zijn van de misstanden in de cacaosector in West-Afrika. Consumentenbewustzijn is nodig om samen 100% slaafvrij de norm in chocolade te maken.
2. **# Serious Friends.** Het aantal mensen dat wereldwijd (via de website) geregistreerd staat als Serious Friend. Met deze KPI meten we het aantal mensen dat zich extra betrokken voelt bij Tony's missie en actief betrokken wil worden bij 't bereiken van de missie. We hebben de consument hard nodig om de industrie te veranderen. Door ze bijvoorbeeld regelmatig te informeren over de laatste ontwikkelingen, als eerste uit te nodigen voor de FAIR of op te roepen voor het tekenen van een petitie creëren we serieuze relaties.
3. **# mensen dat deelgenomen heeft aan bewustwordingsactiviteiten binnen 't CLMRS.** Het aantal mensen dat afgelopen boekjaar door de community facilitators van 't CLMRS een sessie heeft bijgewoond over kinderarbeid en kinderrechten. De community facilitators bezoeken de boeren huishoudens een voor een. Tijdens zo'n bezoek wordt er een profiel van 't huishouden opgesteld en worden bewustwordingsactiviteiten uitgevoerd. Daarnaast worden er ook openbare sessies in de gemeenschappen georganiseerd, waar iedereen aan mee kan doen. Met deze KPI meten we in hoeverre cacaoboeren bij onze partnercoöperaties in Ghana en Ivoorkust op de hoogte zijn gebracht van de gevaren van kinderarbeid. Een persoon kan zowel thuis als bij een sessie in de gemeenschap aanwezig zijn geweest, er is dus dubbeltelling mogelijk. -Bewustwording zien wij als essentieel onderdeel van het reduceren van kinderarbeid.

Pijler 2: Tony's geeft 't voorbeeld

4. **# boeren dat profiteert van de Tony's premie.** Het aantal leden van Tony's partnercoöperaties in Ghana en Ivoorkust dat gedurende het boekjaar minimaal 1 kg aan cacao bonen heeft verkocht aan Tony's. Hoe hoger dit aantal, des te meer boeren profiteren van een betere levensstandaard. Via deze KPI willen we laten zien dat je als chocoladebedrijf commercieel succesvol kunt zijn zonder dat boeren daar de dupe van worden. Een coöperatie kan democratisch besluiten om de premie te verdelen over meer leden dan alleen de leden die aan Tony's leveren, omdat ze geen onderscheid willen maken tussen leden. Heel begrijpelijk, want dan kunnen meer boeren profiteren van de premie, maar wel 'n kleiner bedrag per boer. Over dit soort dilemma's – zoals het verwateren van de premie – blijven we dan ook praten met de coöperaties.
5. **# coöperaties met wie we een 5-jarig Memorandum van Overeenstemming hebben afgesloten.** Het aantal cacao coöperaties in Ghana en Ivoorkust die leveren aan Tony's waarmee we een 5-jarig memorandum van overeenstemming hebben getekend, gemeten aan het einde van het boekjaar. Deze KPI sluit aan bij onze sociale missie en manier van werken (5 samenwerkingsprincipes). Door langetermijnrelaties aan te gaan met boeren streven we ernaar ze meer zekerheid te geven. Ze kunnen middellange en lange termijn investeringen doen. Daarnaast geeft het ons de ruimte om een groeiend bewustzijn van kinderarbeid te creëren en de omstandigheden op de boerderij en gemeenschappen te verbeteren.
6. **Gemiddelde score van de werkpret-enquête.** Het totale gemiddelde van de rapportcijfers per onderdeel van de werkpret-enquête: (1) bevoegenheid, (2) betrokkenheid, (3) werkgeverschap, (4) efficiëntie, (5) vertrouwen en (6) sociale veiligheid. De enquête wordt 2 keer per jaar anoniem ingevuld door werknemers van Tony's in Nederland, de Verenigde Staten en 't Verenigd Koninkrijk. Dit zijn werknemers met een tijdelijk of vast contract en minimaal 2 maanden in dienst op het moment van afname of werkende als interim. We zijn 'crazy

about chocolate, serious about people'. Team Tony's is 't allerbelangrijkste en zetten we op 1. Als de beste mensen samenwerken om de chocoladewereld te veranderen, dan ontstaat de organisatie die we voor ogen hebben. Met deze KPI halen we structurele feedback op 't werk.

7. **% marktaandeel behaald.** Percentage marktaandeel (waarde in euro's) van verkochte chocoladerepen en tabletten in reguliere supermarkten in Nederland (inclusief de Aldi en Lidl). Biologische- en nichesupermarkten zijn niet meegenomen, omdat deze informatie niet voorhanden is. Het betreft het boekjaar van 1 oktober tot en met 30 september. Hoe hoger de score op deze KPI en dus het marktaandeel, des te meer druk we leggen op de industrie om mee te veranderen. We houden ons marktaandeel dan ook scherp in de gaten.
8. **% van de cacao bonen in onze chocolade traceerbaar tot aan onze partnercoöperaties.** Percentage traceerbare cacao bonen verwerkt in de 5 verschillende couvertures geproduceerd in het boekjaar. We tonen hiermee de traceerbaarheid van de bonen aan van de cacao coöperaties tot aan de productie van Tony's repen bij de co-manufacturers. Traceerbaarheid is 1 van onze 5 samenwerkingsprincipes. De meeste cacao wordt behandeld als bulkproduct. Wij zijn van mening dat bedrijven pas echt verantwoordelijk gesteld kunnen worden voor problemen op boeren niveau, zoals het bestaan van moderne slavernij en kinderarbeid, als het bekend is waar hun bonen vandaan komen.
9. **% van de chocofans dat aangeeft dat Tony's hun favoriete chocomerk is.** Het percentage mensen wonende in Nederland dat max. 3 maanden voor het interview minstens één chocoladereep heeft gekocht en aangeeft Tony's Chocology als favoriete chocolademerk te hebben. Met waanzinnig lekkere chocolade geven we het voorbeeld en laten we zien dat chocolade maken anders kan. In smaak, verpakking en de manier waarop we met de cacao boeren omgaan.
10. **# huishoudens dat cacao verbouwt en deelneemt aan 't CLMRS.** Het aantal huishoudens dat lid is van een van Tony's partnercoöperaties en door een Community Facilitator is bezocht. Tijdens zo'n bezoek wordt er inzichtelijk gemaakt hoe het huishouden eruit ziet en wordt er per lid een profiel opgesteld. Dit gebeurt door middel van vragen die aan het hoofd van 't huishouden en de kinderen tussen de 5 en 17 jaar worden gesteld. Op deze manier komen de gevallen van kinderarbeid aan het licht en kunnen bewustwordings – en remediationactiviteiten plaatsvinden.
11. **# gevallen van kinderarbeid gevonden bij Tony's partnercoöperaties middels 't CLMRS.** Het aantal kinderen tussen de 5 en 17 jaar dat afgelopen boekjaar tijdens interviews met een community facilitator aangeeft blootgesteld te zijn geweest aan gevaarlijke activiteiten op een cacao plantage in de 12 maanden voorafgaand aan 't interview. Het gaat hierbij dus niet om mensenhandel. Deze kinderen zijn onderdeel van huishoudens die via Tony's partner coöperaties in Ghana en Ivoorkust aan Tony's leveren. Indien er een geval wordt gevonden vindt er direct bewustwordingsactiviteiten plaats en wordt er gekeken naar een duurzame oplossing. Het is belangrijk dat we deze gevallen vinden, want alleen dan kunnen we er iets aan doen.
12. **% CO₂-voetafdruk gecompenseerd.** De gemiddelde CO₂ uitstoot van de cacao boer tot aan 't distributiecentrum in NL en VS berekenen we met het CO₂ model dat True Price heeft ontwikkeld (Scope 1, 2 en 3 zitten er in!). Ieder jaar updaten we onze verkoopcijfers per type reep. Vervolgens rekent het model de totale CO₂ uitstoot van alle couverture dat gelijk staat aan 98% van alle uitstoot. De overige 2% is een schatting van data uit het verleden (bijvoorbeeld transport en verkoop). Het model wordt aangepast zodra er iets verandert aan ons assortiment of als we kiezen voor een andere leverancier. Justdiggit verantwoordelijk voor het berekenen van het aantal hectaren droog land dat moet worden hersteld om Tony's CO₂-voetafdruk van Tony's verkochte chocoladerepen te compenseren. De compensatie wordt ook door hen gedaan.

Pijler 3: Goed voorbeeld doet volgen

13. **# ton bonen gekocht via Open Chain.** Het aantal ton cacao bonen dat afgelopen boekjaar ingekocht is volgens de 5 samenwerkingsprincipes door Tony's missie-bondgenoten. Chocoladebedrijven hebben de macht en verantwoordelijkheid om de door het systeem veroorzaakte armoede op te lossen en een einde te maken aan moderne slavernij en illegale kinderarbeid in hun eigen industrie. We hebben de 5 samenwerkingsprincipes ontwikkeld om het goede voorbeeld te geven en anderen te inspireren om te handelen. Tony's Open Chain bestaat uit de 5 samenwerkingsprincipes. Ze zouden de norm in de industrie moeten zijn.

Belangrijke Bijlage 3

Assurancerapport van de onafhankelijke accountant

Aan: het bestuur van Tony's Factory B.V.

Assurancerapport bij de geselecteerde duurzaamheidsinformatie in het jaarFAIRslag 2018/2019

Onze conclusie

Op basis van de uitgevoerde werkzaamheden en de verkregen assurance-informatie is ons niets gebleken op basis waarvan wij zouden moeten concluderen dat de geselecteerde duurzaamheidsinformatie in het jaarFAIRslag 2018/2019 van Tony's Factory B.V. niet, in alle van materieel belang zijnde aspecten, is opgesteld in overeenstemming met de verslaggevingscriteria van Tony's Factory B.V. (hierna: Tony's).

Wat we hebben onderzocht

Het object van onderzoek bestaat uit de dertien indicatoren opgenomen in het kader op pagina 20 in het jaarFAIRslag 2018/2019 (hierna: de duurzaamheidsinformatie), gemarkeerd met het symbool ◊:

% van de chocofans dat weet van het bestaan van moderne slavernij op de cacaoplantages
Serious Friends
mensen dat deelgenomen heeft aan bewustwordingsactiviteiten binnen 't CLMRS
boeren dat profiteert van de Tony's premie
coöperaties met wie we een vijfjarig Memorandum van Overeenstemming hebben afgesloten.
Gemiddelde score van de werkpret-enquête
% marktaandeel behaald
% van de cacao bonen in onze chocolade traceerbaar tot aan onze partnercoöperaties
% van de chocofans dat aangeeft dat Tony's hun favoriete chocomerk is
huishoudens dat cacao verbouwt en deelneemt aan 't CLMRS
gevallen van illegale kinderarbeid gevonden bij Tony's partner coöperaties middels 't CLMRS
% CO2 voetafdruk gecompenseerd
ton cocoa ingekocht via Open Chain

PricewaterhouseCoopers Accountants N.V., Thomas R. Malthusstraat 5, 1066 JR Amsterdam, Postbus 90357, 1006 BJ Amsterdam
T: 088 792 00 20, F: 088 792 96 40, www.pwc.nl

'PwC' is het merk waaronder PricewaterhouseCoopers Accountants N.V. (KvK 34180285), PricewaterhouseCoopers Belastingadviseurs N.V. (KvK 34180284), PricewaterhouseCoopers Advisory N.V. (KvK 34180287), PricewaterhouseCoopers Compliance Services B.V. (KvK 51414406), PricewaterhouseCoopers Pensions, Actuarial & Insurance Services B.V. (KvK 54226368), PricewaterhouseCoopers B.V. (KvK 34180289) en andere vennootschappen handelen en diensten verlenen. Op deze diensten zijn algemene voorwaarden van toepassing, waarin onder meer aansprakelijkheidsvoorwaarden zijn opgenomen. Op leveringen aan deze vennootschappen zijn algemene inkoopvoorwaarden van toepassing. Op www.pwc.nl treft u meer informatie over deze vennootschappen, waaronder deze algemene (inkoop)voorwaarden die ook zijn gedeponseed bij de Kamer van Koophandel te Amsterdam.

Wij hebben de duurzaamheidsinformatie van Tony's te Amsterdam over 2018/2019 onderzocht. Alle andere informatie in het jaarFAIRslag 2018/2019, alsmede de data van voorgaande jaren op de dertien indicatoren, is geen onderdeel van onze opdracht. Daarom rapporteren en concluderen wij niet over deze andere informatie.

De basis voor onze conclusie

Wij hebben ons onderzoek uitgevoerd volgens Nederlands recht, waaronder de Nederlandse Standaard 3000A 'Assuranceopdrachten anders dan opdrachten tot controle of beoordeling van historische financiële informatie (attest-opdrachten)'. Dit onderzoek is gericht op het verkrijgen van een beperkte mate van zekerheid. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor het onderzoek'.

Wij vinden dat de door ons verkregen assurance-informatie voldoende en geschikt is als basis voor onze conclusie.

Onafhankelijkheid en kwaliteitsbeheersing

Wij zijn onafhankelijk van Tony's zoals vereist in de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assuranceopdrachten (ViO) en andere relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Daarnaast hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags- en beroepsregels accountants (VGBA).

Wij passen de Nadere voorschriften kwaliteitssystemen toe. Op grond daarvan beschikken wij over een samenhangend stelsel van kwaliteitsbeheersing inclusief vastgelegde richtlijnen en procedures inzake de naleving van ethische voorschriften, professionele standaarden en andere relevante wet- en regelgeving.

Van toepassing zijnde criteria

De informatie waarop deze opdracht betrekking heeft dient te worden gelezen in de context van de verslaggevingscriteria van Tony's die zijn opgenomen in Belangrijke Bijlage 2 bij het jaarFAIRslag 2018/2019. Tony's is verantwoordelijk voor de selectie en toepassing van deze criteria. Het ontbreken van gevestigde praktijken ter beoordeling en meting van niet-financiële informatie biedt de mogelijkheid verscheidene, acceptabele meettechnieken toe te passen. Hierdoor kan de vergelijkbaarheid tussen entiteiten en in de tijd beïnvloed worden.

Benadrukking van bepaalde aangelegenheden

Wij vestigen de aandacht op de toelichting in de duurzaamheidsinformatie betreffende het aantal gevonden gevallen van kinderarbeid, zoals opgenomen op pagina 30 tot en met 32 in het jaarFAIRslag 2018/2019. Hierin wordt uiteengezet dat er inherente omstandigheden zijn die ertoe leiden dat het aantal gevonden gevallen van kinderarbeid in realiteit mogelijk hoger is dan het aantal dat staat geregistreerd in het Child Labour Monitoring and Remediation System ('CLMRS'). Onze conclusie is niet aangepast als gevolg van deze aangelegenheid.

Tony's Factory B.V.

Pagina 2 van 4

Verantwoordelijkheden met betrekking tot de duurzaamheidsinformatie en het onderzoek

Verantwoordelijkheden van het bestuur

Het bestuur van Tony's is verantwoordelijk voor het opstellen van de duurzaamheidsinformatie in overeenstemming met de verslaggevingscriteria van Tony's, inclusief het identificeren van de beoogde gebruikers en het toepasbaar zijn van de gehanteerde criteria voor de doelstellingen van de beoogde gebruikers.

Het bestuur is ook verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing als het noodzakelijk acht om het opstellen van de duurzaamheidsinformatie mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten.

Onze verantwoordelijkheden voor het onderzoek

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een assuranceopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte assurance-informatie verkrijgen voor de door ons af te geven conclusie.

Onze conclusie beoogt een beperkte mate van zekerheid te geven. De in dit kader uitgevoerde werkzaamheden bestonden in hoofdzaak uit het inwinnen van inlichtingen bij functionarissen van de entiteit en het vaststellen van de plausibiliteit van de informatie opgenomen in de duurzaamheidsinformatie. De mate van zekerheid die wordt verkregen bij assuranceopdrachten gericht op het verkrijgen van een beperkte mate van zekerheid is daarom ook aanzienlijk lager dan de zekerheid die wordt verkregen bij assuranceopdrachten gericht op het verkrijgen van een redelijke mate van zekerheid.

Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten. Afwijkingen zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de beslissingen die gebruikers op basis van de duurzaamheidsinformatie nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze werkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op onze conclusie.

Werkzaamheden

Wij hebben deze assuranceopdracht professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse Standaard 3000A, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen.

Onze belangrijkste werkzaamheden bestonden uit:

- Het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte verslaggevingscriteria, de consistente toepassing hiervan en de toelichtingen die daarover in de jaarFAIRslag 2018/2019 staan. Dit omvat het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur.
- Het verkrijgen van inzicht in de verslaggevingsprocessen die ten grondslag liggen aan de duurzaamheidsinformatie inclusief het op hoofdlijnen kennisnemen van de interne beheersing, voor zover dit relevant is voor onze beoordeling.
- Het identificeren van gebieden in de duurzaamheidsinformatie met een hoger risico op misleidende of onevenwichtige informatie of afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten. Het op basis van deze risico-inschatting bepalen en uitvoeren van werkzaamheden gericht op het vaststellen van de plausibiliteit van de duurzaamheidsinformatie.

Tony's Factory B.V.

Pagina 3 van 4

Deze werkzaamheden bestonden onder meer uit:

- Het afnemen van interviews met het management en/of relevante medewerkers verantwoordelijk voor de duurzaamheidsstrategie en het -beleid en de -prestaties;
- Het afnemen van interviews met relevante medewerkers verantwoordelijk voor het aanleveren van informatie voor, het uitvoeren van interne controles op, en de consolidatie van gegevens in de duurzaamheidsinformatie;
- Het verkrijgen van assurance-informatie dat de duurzaamheidsinformatie aansluit op de onderliggende administraties van de entiteit;
- Het op basis van beperkte deelwaarnemingen beoordelen van relevante interne en externe documentatie;
- Het analytisch evalueren van data en trends.
- Het evalueren van de consistentie van de duurzaamheidsinformatie met de overige informatie in het jaarFAIRslag buiten de reikwijdte van onze beoordeling.
- Het overwegen of de duurzaamheidsinformatie als geheel het beeld weergeeft in relatie tot het doel van de gehanteerde verslaggevingscriteria.

Amsterdam, 11 november 2019

PricewaterhouseCoopers Accountants N.V.

Origineel getekend door drs. R.P.R. Jagbandhan RA

Tony's Factory B.V.

Pagina 4 van 4

Belangrijke Bijlage 4: 't uitleggen waard: begrippenlijst

Armoedeval: het verschijnsel dat mensen die in (relatieve) armoede leven nauwelijks mogelijkheden hebben om hun situatie hieromtrent te verbeteren.

Beantracker: Een systeem waarmee we onze bonen van bean-to-bar kunnen tracken. Zo weten we precies waar de bonen in onze repen vandaan komen en waar de opgekochte bonen zich bevinden in de keten.

Chocogiganten: Dit zijn de 2 chocoladeproducenten die samen zo'n 70% van de wereld-cacaomarkt in handen hebben: Barry Callebaut en Cargill. En de 8 grootste handelaren en cacaooverwerkers die driekwart van de wereldwijde cacaohandel bezitten. En ook de 6 grootste chocoladebedrijven die zo'n 40% van de markt (Mars Inc, Mondeléz International, Nestlé, Ferrero, Hershey, Lindt & Sprüngli) in handen hebben.

Couverture: Dit is vloeibare chocolade. Het bestaat uit in blokken geperste chocolade met suiker en cacaoboter toegevoegd.

Coöperatie: Een vorm van zelforganisatie van boeren, gericht op het vergroten van economische macht en het behalen van schaalvoordeel.

Chocofans: Het percentage mensen wonende in Nederland dat maximaal 3 maanden voor het interview 1 chocoladereep heeft gekocht.

Child Labour Monitoring and Remediation System (CLMRS): Een systeem om kinderarbeid te identificeren en aan te pakken in cacaogemeenschappen in Ghana en Ivoorkust.

Fairtrade-minimumprijs: Fairtrade heeft voor cacao een minimumprijs vastgesteld. Deze handelsvoorwaarde is er om de Fairtrade-gecertificeerde boeren te beschermen wanneer de wereldmarktprijs daalt. Als de wereldmarktprijs lager is dan de minimumprijs, wordt tenminste de minimumprijs betaald. In niet-overheid gereguleerde markten komt dit direct ten goede aan de boer.

Voor Ghana en Ivoorkust (overheid gereguleerde markten) werkt deze regeling net wat anders. Hier geldt dat de coöperaties compensatie krijgen zodra de free on board prijs (exportprijs) onder de minimumprijs komt. Ze ontvangen dan het verschil.

Fairtrade-premie: Fairtrade-gecertificeerde coöperaties ontvangen deze premie bovenop de prijs die het chocoladebedrijf betaald voor de cacao. Deze premie gaat de hele keten door en komt uiteindelijk bij de coöperatie terecht. Een deel hiervan gaat direct naar de boeren. De rest komt vaak ten goede aan bedrijfsontwikkeling voor de boeren, zoals verbetering van de productiviteit, kwaliteit en infrastructuur en gemeenschapsprojecten.

Farmgateprijs: De prijs die boeren in Ghana en Ivoorkust voor een kilo cacao ontvangen. Deze prijs wordt jaarlijks door de lokale overheden vastgesteld.

FLO-Cert audit: FLO-Cert is het onafhankelijke controleorgaan voor Fairtrade. Zij voeren audits uit bij alle schakels in de keten om erop toe te zien dat alle strenge handelsvoorwaarden ook daadwerkelijk worden nageleefd.

Free on board prijs: De exportprijs van cacao in Ghana en Ivoorkust. Deze stelt elk land individueel op.

Harkin-Engel Protocol: Een programma dat in 2001 is getekend door grote namen uit de chocolade-industrie om de strijd aan te binden met de ergste vormen van kinderarbeid. Het programma is geïnitieerd door Harkin en Engel.

Leefbaar inkomen: Een leefbaar inkomen is een inkomen waarmee iemand zijn basisbehoeften kan bekostigen. Denk aan voldoende eten, fatsoenlijke huisvesting, kleding, medische zorg, scholing, transport en een kleine financiële buffer kan opbouwen. Daarnaast kunnen de kosten van het bedrijf (salaris arbeiders, planten, kunstmest) ermee gefinancierd worden.

Keurmerk: Een keurmerk is een kwaliteitsoordeel over een product, afkomstig van een betrouwbare bron. Je ziet in een oogopslag dat het product voldoet aan bepaalde standaarden opgesteld door een onafhankelijke, deskundige organisatie. De belangrijkste duurzaamheidskeurmerken in de cacao zijn Fairtrade, UTZ en Rain Forest Alliance.

Mass balance: Binnen de richtlijnen van keurmerken is het vastgelegd dat het voor cacao niet noodzakelijk is dat de gecertificeerd ingekochte cacao daadwerkelijk in 't eindproduct komt. Bij het kopen van een gecertificeerde reep weet je zeker dat 't volume cacaobonen verwerkt in de reep ergens gecertificeerd is ingekocht. Het zit alleen niet per se in de reep. Het kan dus zo zijn dat een deel van de ingekochte gecertificeerde cacao gebruikt wordt voor niet gecertificeerde repen. Dit komt omdat alle gecertificeerde en niet-gecertificeerde bonen op de grote hoop belanden.

Moderne slavernij: Elke vorm van gedwongen arbeid of uitbuiting van volwassenen en kinderen, inclusief de (onder geen enkele voorwaarde toegestane) ergste vormen van kinderarbeid buiten de directe familie.

Kinderarbeid: Illegaal werk dat verricht wordt door kinderen. Het gaat om werk dat kinderen berooft van hun tijd om kind te zijn en in sommige gevallen het recht op scholing. Daarnaast zijn het vaak activiteiten die schadelijk zijn voor hun lichamelijke en geestelijke gezondheid.

Living Income Reference Price (LIRP): De Living Income Reference Price (LIRP) is de prijs die een boer zou moeten ontvangen voor 1 kilo cacaobonen om hem of haar in staat te stellen een leefbaar inkomen te verdienen. De prijs is gebaseerd op berekeningen, waar rekening gehouden is met productiviteit, land- en familie grootte en verschillende inkomstenbronnen. De cacao-industrie heeft de verantwoordelijkheid om deze referentieprijs voor een leefbaar inkomen te betalen.

Tony's additionele premie: Dit is de premie die we bovenop de Fairtrade-premie betalen. Dit doen we omdat cacao boeren met de gewone prijs voor cacao en de Fairtrade-premie nooit boven de armoedegrens kunnen komen. Zelfs al verhogen ze hun productiviteit. Deze premie betalen we direct aan de coöperaties. De boeren bepalen zelf waar deze premie aan besteed wordt.

Tony's footprint: De CO₂-uitstoot in Tony's keten: van boon tot reep.

Tony's merkmonitor: Een systeem waarmee we onder een nationaal representatieve groep chocoladeconsumenten de kennis meten over de cacao-problematiek, ons merk en andere grote merken.

Tony's routekaart: Om onze missie te bereiken, hebben we een duidelijke aanpak en die is verwoord in onze routekaart met onze 3 bekende pijlers. De routekaart laat zien hoe wij als chocoladebedrijf de cacao-industrie van binnenuit willen veranderen en onze missie willen bereiken: samen maken we 100% slaafvrij de norm in chocolade.

Tony's Serious Friend: Tony's Serious Friends doen actief mee in onze missie. Dat kan bijvoorbeeld door ons verhaal te delen, bewust chocolade te kiezen, naar evenementen te komen of ons te steunen als we acties organiseren. Ook horen ze al 't verse nieuws als eerste.

Wereldmarktprijs: De internationale prijs van cacao wordt in handelscentra van de New York Board of Trade (Coffee, Sugar and Cocoa Exchange, afgekort CSCE) en de LIFFE in Londen vastgesteld.

JE WO RDT BEDAN KKT!

We knallen lekker door dit jaar.. en dat komt door:

Fire Starter en Serious Communications rots **Sabrina**. Streng, doch rechtvaardig heb je 't steeds verder uitdijende jaarFAIRslag ernstig teruggesnoeid. 20!! pagina's minder. Maar met meer: focus op de missie, blik op oneindig en ondertussen, met snelle pen schrijven, redigeren en mensen aan hun oor trekken. En altijd: die prachtige glimlach. We love yooooooooo!

Impact Measurer **Diara**: 13 niet-financiële prestatie-indicatoren, wij weten hoeveel werk 't voor jou en je mede-Tony's **Frans, Ywe, Ingeborg, Chiel** en **Ewoud** is om ze gechecked te krijgen. Diara.. je bent al keihard aan het rocken. En dit jaar nog 'n tandje d'r bij. Multi-talent!
Sweet talker **Kirsten**: Kom jij ff helemaal tot je recht. Content is your middle name, dus hoezo zat je niet veel eerder in het jaarFAIRslag contentteam. Hoezee. Volgend jaar doe je weer mee..

Choco Editor **Elles Rozing**: lieve, grappige en heel soms beetje strenge rots in het project. Jij maakt er Typisch Tony's

taal van. Laat je horen voor deze Teamskoningin. Blij mee.

Movement Maker **Angela**: Jij weet wel hoe je de boel in beweging brengt, dank voor de kritische noot en de onderwerpen die we echt niet mochten vergeten. You like to move it, move it. We like to move it!

Als het draait om impact, dan moet je bij onze wandelende encyclopedie en Impactus Prime **Paul S** zijn. Een nieuw premie-bedrag hier, een hogere referentieprijs daar. Onze Paul draait zijn hand er niet voor om. Wat moeten we zonder jou?

Anne-Wil: We hebben de Aa, we hebben de Wee! Hoezee! Anne-Wil leest mee. Echt wel. Echt goed. Echt uitgesproken. Dankjewel.

Klink: niet gek te krijgen die Klink, een eigenzinnig en wakend oog over creatie en visualisatie van 100% slaafvrij de norm maken in chocolade. Klink, Mr. T. to know him is to love him. Hug!

Marjolein Baghuis: GRI Standards, stakeholdersanalyse.. Jij bent ons geheime wapen. Je kraakt kritische noten, brengt structuur en houdt ons scherp. We love you just the way you are. En die GRI Content Index-stempel: ook dit jaar gewoon in de pocket. Bam!

Enne.. **Henk Jan, Freek, Frits, Femke, Carline, Sophie, Kristel, Nicole, Marieke, Ivan, Paul, Frans, Maudi, Marijntje** en alle andere Tony's voor stukken, stukjes, input en opmerkingen.

Def. grafische vormgeving: voor opzet en opmaak.. 3 versies dit jaar. Doen ze

gewoon. In alle talen thuis!
Chères **Catherine, Gaëlle, Ella** et **Korotoum**: Qu'aurait-on fait sans toi? Merci, merci beaucoup! Hands up for **Dena** and **Michelle** in the USA and **Nicola** in England for the great feedback they gave us. Despite the time difference always there.. Peeps of **Livewords**: thank you berrrry berrrry much!

Nog 1 ding: laat ons weten wat je vindt van onze ideeën, onze aanpak en resultaten. Je vindt ons op LinkedIn, Instagram, Facebook en Twitter. En je kunt ons bellen, mailen of een echte brief sturen. Of wip gewoon gezellig aan in een van onze Stores in Nederland, Oude Brugsteeg 15 of Pazzanistraat 1, beiden in Amsterdam. Kan allemaal!

Je vindt ons hier:

Hoofdkantoor Tony's Chocolonely:
Pazzanistraat 1, Amsterdam | mailme@tonyschocolonely.com
Chocofoon: +31 20 20 512 00

In Amerika: mailus@tonyschocolonely.com | Choco phone: + 1 503 388 5990

In Engeland: mailuk@tonyschocolonely.com

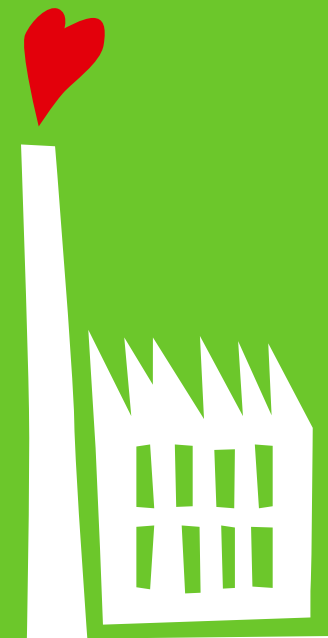
Kijk op tonyschocolonely.com voor alle adressen en onze contactgegevens in België, Duitsland, Zweden, Noorwegen, Finland en Frankrijk. We gaan je zieeeeeennnnnn!



Hee! Wisjedat de pagina's van dit jaarFAIRslag ooit de groene blaadjes en kolven van onder andere maïs en suikerriet waren? Na de oogst bleef 't groen over en werd samen met 'n grote berg andere bladeren en stengels bewerkt om uiteindelijk dit jaarFAIRslag te worden. Applaus en goed gelukt, en dat allemaal dankzij Paperwise. Oja, de milieu-impact is 47% lager dan FSC-houtvezelpapier en 29% lager dan recycled papier.

♥ ♥ ♥ PRINTED ON PAPERWISE ...

Het omslag is gemaakt van ongestreken, FSC-gerecycled papier. Er kwam geen porselein of kalk aan te pas en 't is 100% gerecycled materiaal. Kan dus zomaar zijn dat deze kaft in een vorig leven 'n goed boek was. Of 'n slecht boek. Komt 't papier je trouwens bekend voor? Klopt als een bus, want de wikkels van onze repen zijn van hetzelfde laken een pak.



Net als met onze chocolade zit 't ook met dit drukwerk wel goed. Duurzame drukker Graphius drukt met alcoholvrije en plantaardige inkten, en werkt klimaatneutraal én milieuvriendelijk. Lekker groen dus! En alcoholvrij. Hips.

ClimatePartner
climate neutral

Print | ID 11491-1511-1001

we gaan d'r lekker uit

Hasta la vista baby! Een lekker chocolade-overzicht mag niet ontbreken in dit jaarFAIRslag. 2018/2019.. 't was me het jaartje wel.

oktober 2018

Liever een kletskep in je reep dan een kletskous! Met romige melkchocolade en knapperige stukjes kletskep en amandel. Maakt kletsen zo lekker bij een koppie thee in de herfst.



november 2018

Altijd al je eigen Tony's willen maken? Nou, dat kan vanaf vandaag! Maak jouw Tony's Unlimiteds nu lekker zelf in Tony's Super Store in Amsterdam (NL). Zien we je daar?

februari 2019

Hoera! Een nieuwe Tony is geboren! De Tiny Tony's. Ze maken groooooote impact, ze zijn d'r in 10 smaken en ze zijn vooral behoorlijk TINY. Onze missie is voor ons het belangrijkste. Daarom zijn onze Tiny's er in de vorm van onze slaafvrij-button. In melk, puur en alle smaken van de regenboog.



april 2019

Go Shorty! Terug van weggeweest en nu als Exclusive in een nieuw jasje: melk shortbread karamel. Da's knapperige shortbread en sticky karamel in onze romige melkchocolade. In januari kwam deze Limited Edition als winnaar uit de bus, dus komt 'ie terug in het schap.



februari 2019

De lekker grote eitjes hebben d'r een bekende smaak bei dit jaar; zie je welke dat is? 't is je favo donkere melk.



mei 2019

To the maanzaad and back met wit citroen maanzaad crumble; deze nieuwe, zomerse Estafettereep neemt 't stokje over! De fris-zoete smaak van citroen maanzaadcake in onze romige, witte chocolade is zonder twijfel je zinderende, nieuwe zomerliefde.



april 2019

Melk kaneelbiscuit is terug! Als Estafettereep in 2016 wassie zo'n succes dat 'ie nu als Classic mag blijven.



september 2019

Wisjedat we zo'n 300 combi's probeerden voor de Limiteds 2019? De winnaars: melk honeycomb tijm, puur chili fudge roze peper en wit kurkuma chai kokos. Spice it up!



april 2019

Voor de Duty Free Travel Retail lanceerden we 300 gram bars en extra grote zakken Tiny's. Die gaan zo je handbagage in en daarna hophop langs security.



augustus 2019

Heb je 'n geniaal idee voor een reep? Vanaf nu maak je 'm lekker zelf in de online chocoshop (NL) met Tony's Unlimiteds. Hazelnoot met knettersuiker? Ananas met pecan wit? Kan allemaal.

september 2019

Boe! Schrok je? Met trots presenteren we in de VS: Halloween Tiny Tony's! Perfect voor trick-or-treaters, of gewoon lekker voor jezelf.



september 2019

Oh, kom er es kijken wat er in je schoentje zit! 'n S met karamel zeezout, pepernoot wit of wit die je uit chocolade kan breken. Dat heeft die Sint weer goed bekeken.



ieemand 'n oude
lamp gezien?



uhm..

'r gaat geen
lichtje branden.