

# NULA

## *Impactverslag*

2022

### MILIEU

NUL CO<sub>2</sub>-uitstoot, NUL verlies van biodiversiteit, NUL (voedsel)verspilling

---

### MENS & MAATSCHAPPIJ

NUL verspilling van arbeid, NUL verspilling van talent

---

### VITALITEIT

NUL verspilling van gezondheid en welzijn

*"Morgen is vandaag"*

DE REIS NAAR NUL

CREATED BY COMPASS GROUP





# NULA

DE REIS NAAR NUL

CREATED BY COMPASS GROUP



# INHOUD

HET BEGIN VAN ONZE REIS 05

WELKOM BIJ  
COMPASS GROUP NEDERLAND 06

NULA DE REIS NAAR NUL 08

PIJLER 01  
MILIEU 12

PIJLER 02  
MENS & MAATSCHAPPIJ 22

PIJLER 03  
VITALITEIT 28

## HET BEGIN VAN ONZE REIS

**Compass Group Nederland is het grootste food- en services bedrijf ter wereld. We zijn actief in 45 landen en serveren wereldwijd 5,5 miljard maaltijden per jaar. In Nederland werken zo'n 2.700 medewerkers voor 200 opdrachtgevers. We ontvangen ruim 400.000 gasten per week in het bedrijfsleven en in de publieke sector.**

Met onze omvang hebben we impact op de wereld. We nemen onze verantwoordelijkheid door met onze bedrijfsvoering bij te dragen aan een betere wereld en het welzijn van mens, planeet en dier te verbeteren. Hierbij nemen we het klimaatakkoord van Parijs in acht.

Om onze ambitie richting te geven hebben we in 2021 ons duurzaamheidsplatform NULA geïntroduceerd. Ons uitgangspunt? Samen naar NUL. Dit betekent voor ons NUL verspilling van alle aspecten van onze dienstverleningsketen: zero emission, zero waste en dus zero footprint. Maar het gaat over veel meer dan dat alleen. Denk aan NUL verspilling op het gebied van talent, vitaliteit, grondstoffen en milieu. In 2030 zijn al onze producten en diensten klimaatpositief.

NULA is de groene draad binnen ons bedrijf. Het geeft handvatten om onze strategie verder te ontwikkelen en steeds nieuwe duurzame stappen te zetten. We zetten in op duurzame partnerships: langdurige contracten om samen gemeenschappelijke doelen te realiseren. Het afgelopen jaar hebben we samen met onze collega's hard gewerkt om ons gedachtengoed verder handen en voeten te geven.

*"Het is bijzonder hoe betrokken onze collega's zijn met duurzaamheid. We doen het samen met onze medewerkers, klanten, leveranciers en partners. De focuspunten uit ons beleid hebben we samen met medewerkers vanuit de hele organisatie bepaald. Onze diensten reiken zich van schoonmaak tot afvalbeheer, en van beveiliging tot catering. In al deze facetten voelen we een duurzame wind. De komende periode gaan we ons focussen op het integreren van duurzaamheid in ons businessmodel. Door het betrekken van alle lagen in de organisatie denken wij mensen te inspireren en een beter draagvlak te creëren. De kosten van niks doen zijn namelijk hoger dan het investeren in een nieuw businessmodel. Ik kijk ernaar uit om me samen met onze collega's hiervoor in te zetten."*

**Ragna Tielen, Duurzaamheidsmanager**



### MORGEN IS VANDAAG

*Wekelijks voorzien we ruim 400.000 mensen van gezonde voeding, dit geeft ons de unieke mogelijkheid om een grote impact te maken op de verduurzaming van de Nederlandse voedselomgeving. In samenwerking met Change.Inc. hebben we een podcast opgenomen over onze duurzame ambities, aan het woord is Kef van Helbergen. Beluister de Podcast via de QR-code.*

We hebben concrete doelstellingen geformuleerd en nulmetingen gedaan. Zo hebben we sinds 2019 al 24.800 maaltijden van voedselverspilling gered. In 2021 bespaarden we met onze duurzame bedrijfskleding ongeveer 68 miljoen liter water en 60.000 kilo CO<sub>2</sub>. We gebruiken koffiebekers gemaakt van 100 procent gerecycled materiaal. In de komende jaren reduceren we onze CO<sub>2</sub>-voetafdruk verder door de transitie naar een plantaardig eetpatroon te faciliteren en stimuleren. Ik ben trots op de stappen die we tot nu toe gezet hebben, maar we staan nog aan het begin. We nemen jullie graag mee in onze reis naar NUL.

*Kef van Helbergen*



**Welkom  
bij Compass  
Group  
Nederland**

*Compass Group Global: Compass Group Nederland is onderdeel van  
Compass Group Nederland PLC. Food, Total facility management en multi-services  
zoals catering, events, commerciële horeca, beveiliging, groenvoorziening,  
schoonmaak, techniek en onderhoud en receptiediensten.*



**Onze kernwaarden:**

***Duurzaam, verbindend, vernieuwend,  
eigenzinnig, oprecht***

**2.700**  
**medewerkers bij**  
**Compass Group NL**

*Ca. 140 medewerkers op ons  
hoofdkantoor in Amsterdam  
2.492 medewerkers op locaties*

**400.000**  
**gasten per week**

**DIVERSE EN INCLUSIEVE WERKPLEK**  
*Gelijke kansen en behandeling voor iedereen*

**Levering aan zo'n**  
**600**  
**locaties**

*Business*  
**130**

*Industry*  
**212**

*Multi-tenant*  
**35**

*Government  
& Education*  
**193**

*Care*  
**4**

*Sports  
& leisure*  
**8**



# NULA

## DE REIS NAAR NUL

**NULA; noela, (zelfstandig naamwoord);**  
Wereldwijd een veel voorkomende vertaling van nul.

*“NULA staat voor onze gezamenlijke reis om van de wereld een betere plek te maken. Het staat symbool voor onze reis naar een CO<sub>2</sub>-uitstoot van netto NUL, maar ook voor andere doelen zoals NUL verspilling van talent en NUL verspilling van grondstoffen. De nadruk ligt op de letter “U”, waarbij we ieder individu aansporen om vanaf nu met zorg om te gaan met het milieu en duurzame ontwikkelingen te steunen.”*



### MISSIE

Wij vergroten het welzijn van mensen door het bieden van kwalitatieve, verantwoorde producten en diensten, die dankzij onze wereldwijde kennis op het gebied van hospitality, sterke partnerships en gelijkwaardige relaties een positieve impact hebben op planeet, mens en dier.

### VISIE

Wij nemen onze maatschappelijke verantwoordelijkheid en creëren een positieve impact door mensen, bedrijven, initiatieven en kennis op eigenzinnige wijze met elkaar te verbinden. Met als doel een bijdrage te leveren aan een betere wereld waarbij het welzijn en welbevinden van mensen onze dagelijkse prioriteit is.

|                               | MILIEU                                                                                                                                                                                                               | MENS & MAATSCHAPPIJ                                                                                                                                                                              | VITALITEIT                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PIJLER & DOEL                 | <br><i>Wij bieden een verantwoord aanbod: circulair, plantaardig en natuurinclusief.</i>                                          | <br><i>Wij hebben een eerlijke keten en zijn op alle fronten een diverse en inclusieve organisatie.</i>       | <br><i>Wij creëren een omgeving die gezondheid en welzijn van mensen substantieel verbetert.</i> |
| IMPACTGEBIEDEN                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Klimaatactie</li><li>• Eiwittransitie</li><li>• Milieuvriendelijke schoonmaak</li><li>• Zero (food) waste</li><li>• Biodiversiteit</li><li>• Korte (voedsel)ketens</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Eerlijke handel</li><li>• True pricing</li><li>• Diverse en inclusieve werkomgeving</li><li>• Goed werkgeverschap</li><li>• Sociaal ondernemen</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Gezonde eet- en werkomgeving</li><li>• Transparante informatie</li><li>• Gepersonaliseerde voeding</li><li>• Eiwittransitie</li></ul>       |
| SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS |                                                                                                                                  |                                                                                                              |                                                                                                 |

### BETROKKEN MEDEWERKERS

Bij Compass Group Nederland werken gemotiveerde cross-functionele teams aan onze drie pijlers. Deze teams overleggen regelmatig, delen ontwikkelingen en kijken hoe ze hun samenwerking kunnen versterken. Kef van Helbergen (CEO) en Ragna Tielen (Duurzaamheidsmanager) jagen de beweging aan. Hedwig Davelaar, senior buyer, ondersteunt Kef en Ragna hierbij. Samen met alle andere collega's zetten Kef en Ragna zich in voor de reis naar NUL.

### We gaan workshops geven aan onze collega's op cateringlocaties

We nemen onze collega's op kantoor en de locaties mee in de ontwikkelingen op duurzaamheid via het online platform Actimo en Intranet. Op dit laatste platform kunnen onze collega's informatie verzamelen over duurzaamheid en delen met hun klanten. Begin 2022 hebben we op het hoofdkantoor kennissessies en workshops georganiseerd

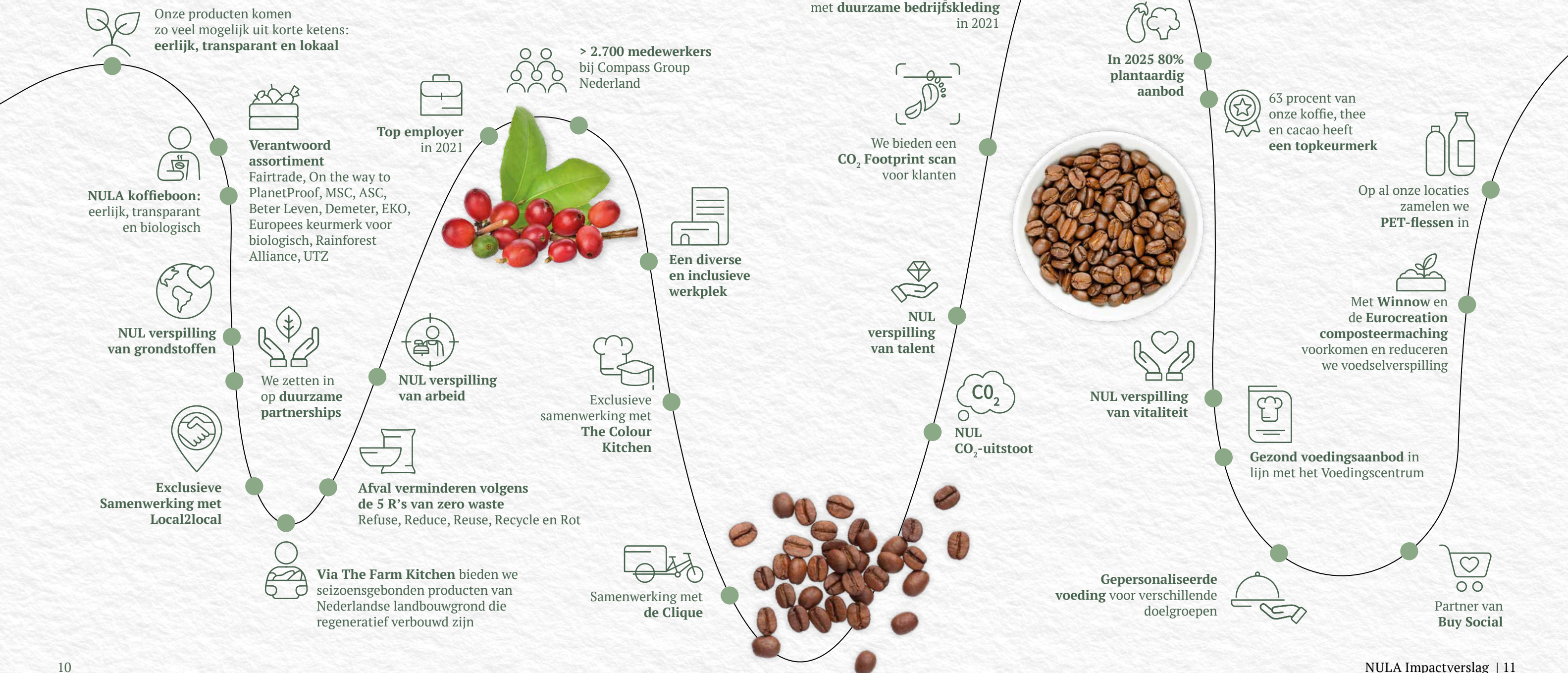
in samenwerking met Smaackmakers, met als thema de eiwittransitie. De sessies waren georganiseerd voor alle medewerkers die direct in contact staan met de opdrachtgever/leveranciers. Ze werden gegeven aan sales-managers, account & hospitality managers, segmentleads, transitie-specialisten, marketing en communicatie- en inkoop en conceptontwikkeling-medewerkers. Ook aan de overige focusgebieden van de NULA reis hebben we aandacht besteed. Komend jaar gaan we dit verder uitrollen door workshops te geven aan onze collega's op cateringlocaties. Iedere maand wordt er een online Townhall georganiseerd waarin het thema duurzaamheid vaak wordt aangekaart en de ontwikkelingen worden gedeeld met het hoofdkantoor.

*“We laten onze klanten graag weten dat we op reis zijn naar NULA, dit doen we geregeld via social media en onze eigen website, maar ook in de handtekening van onze e-mail staat dit voor alle medewerkers verwerkt”.  
Vera Poot, HSEQ & duurzaamheidsmedewerker*



# ONZE REIS NAAR NUL

Compass Group is het grootste food- en servicebedrijf ter wereld. Via onze dienstverlening kunnen we veel impact maken op het welzijn van planeet, mens en dier. Om onze ambitie richting te geven hebben we in 2021 ons duurzaamheidsplatform NULA geïntroduceerd. Ons uitgangspunt? Samen naar NUL. Dit betekent voor ons NUL verspilling in onze waardeketen: NUL afval, NUL emissies en NUL verlies van biodiversiteit. Maar het gaat om veel meer dan alleen milieu. Het gaat ook om NUL verspilling op het gebied van arbeid, talent en vitaliteit. Onze ambitie: in 2030 zijn al onze producten en diensten klimaatpositief.







# PIJLER 01

## MILIEU

*Speerpunt:  
NUL CO<sub>2</sub>-  
uitstoot*

*De ambitie van Compass Group Nederland is een positieve impact hebben op het milieu en klimaatverandering tegengaan. Daarom zetten we in op drie speerpunten: naar netto NUL CO<sub>2</sub>-uitstoot, NUL verlies van biodiversiteit en NUL (voedsel)verspilling.*

### NAAR NETTO NUL CO<sub>2</sub>-UITSTOOT

In 2030 zal onze netto uitstoot NUL CO<sub>2</sub> zijn.

Onze tussentijdse doelen:

- In 2025 is de (in)directe CO<sub>2</sub>-uitstoot van onze eigen bedrijfsvoering (scope 1 en 2) CO<sub>2</sub>-neutraal.
- In 2025 is de indirecte CO<sub>2</sub>-uitstoot, veroorzaakt door onze bedrijfsactiviteiten van andere organisaties in de keten (scope 3), met 40 procent gereduceerd.
- In 2030 is de indirecte CO<sub>2</sub>-uitstoot, veroorzaakt door onze bedrijfsactiviteiten van andere organisaties in de keten (scope 3) CO<sub>2</sub>-neutraal.

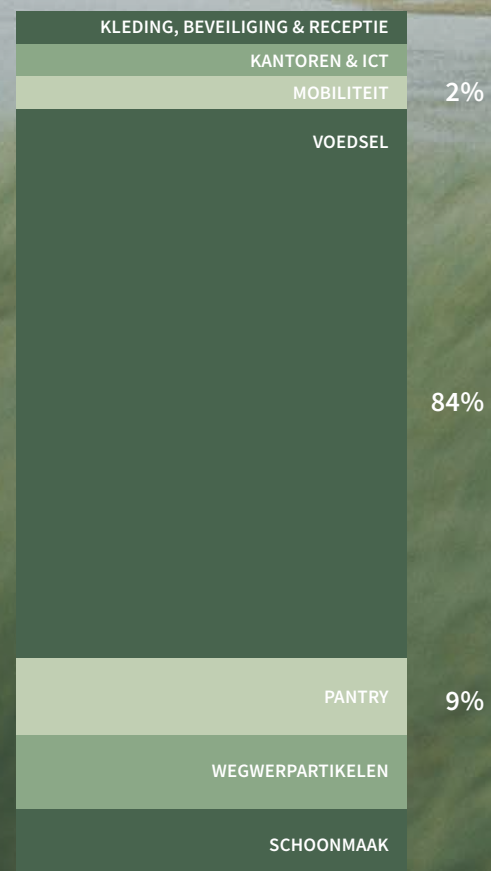
Belangrijke punten om dit mogelijk te maken zijn: overschakelen naar hernieuwbare energiebronnen, eiwittransitie en het verminderen van afval.

*In 2025 is  
80% van ons  
voedselassortiment  
plantaardig*





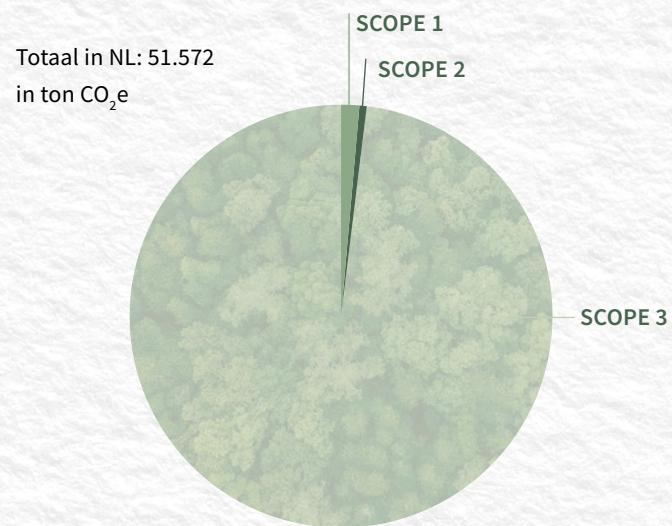
Figuur 3: CO<sub>2</sub>-uitstoot per categorie



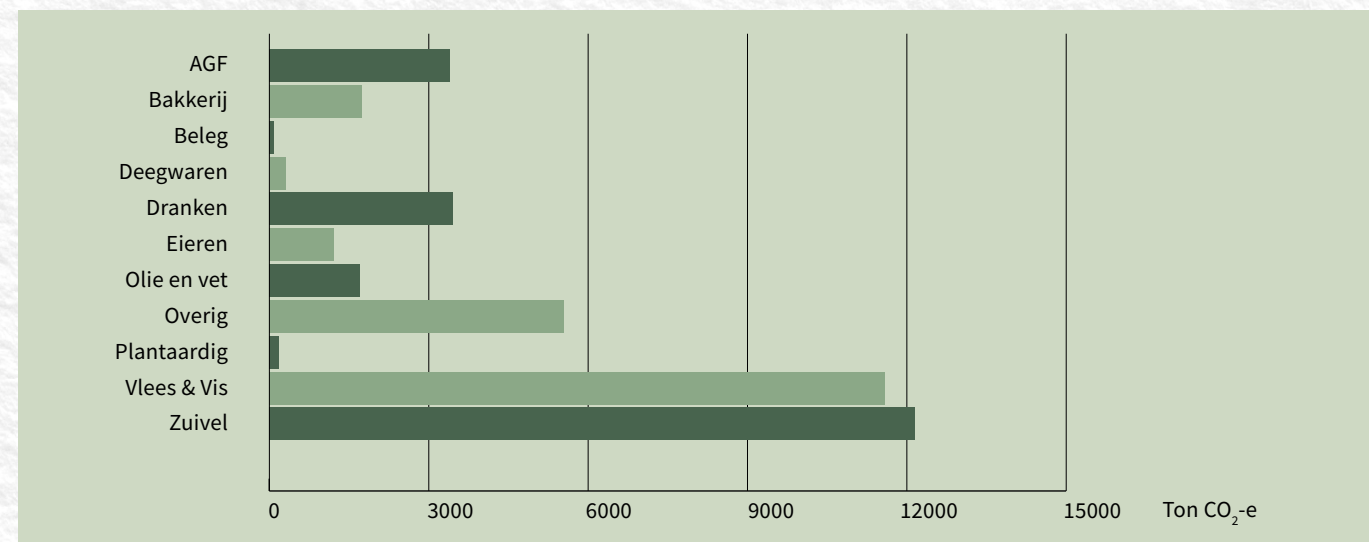
### ONS ACTIEPLAN VOOR CO<sub>2</sub>-REDUCTIE

Om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren heeft Compass Group Nederland in samenwerking met PHI Factory haar huidige CO<sub>2</sub>-uitstoot van de bedrijfsvoering en dienstverlening in kaart gebracht voor Nederland. Dit hebben we gedaan met de PHI Impact Calculator (PHI), een rekentool specifiek voor alle facilitaire services, het gebouw en de werkomgeving. PHI werkt volgens de richtlijnen van 'The Greenhouse Gas Protocol'. Uit de analyse blijkt dat Compass Group Nederland de hoogste CO<sub>2</sub>-uitstoot heeft in scope 3 (indirecte CO<sub>2</sub>-uitstoot in de keten). Catering is verantwoordelijk voor 84 procent van de uitstoot in scope 3. Dit wordt grotendeels veroorzaakt door de inkoop van producten. Samen met een van onze grootste leveranciers Bidfood zetten we ons actief in om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen. We gaan de totale CO<sub>2</sub>-uitstoot reduceren door ons in te zetten op de volgende gebieden: eiwittransitie, minder afval, korte ketens, duurzame mobiliteit en groene stroom. Vanaf 2022 rapporteert Compass Group Nederland jaarlijks haar CO<sub>2</sub>-emissies en voortgang ten opzichte van de doelstellingen.

Figuur 1: Scope 1, 2 & 3 voor Nederland (totaal in ton CO<sub>2</sub>-equivalent)



*"De consumptie van vlees en zuivel heeft een groot aandeel in onze CO<sub>2</sub>-uitstoot, daarom gaan we minder vlees en zuivel in gerechten verwerken en kiezen we vaker voor een plantaardig alternatief."*  
**Hedwig Davelaar, Senior buyer**



Figuur 2: CO<sub>2</sub> per productgroep (in ton CO<sub>2</sub>-e)

*"In 2019 was het wagenpark met 208 auto's verantwoordelijk voor 412 kiloton CO<sub>2</sub>-uitstoot, sindsdien zijn we het wagenpark aan het verduurzamen door steeds meer auto's te vervullen voor elektrische auto's. Daarnaast verminderen we de negatieve impact door onze medewerkers te stimuleren om hybride te werken."*  
**Geert Kuijpers, Procurement Director**

### KLIMAATACTIE

Als Compass Group Nederland vinden we het belangrijk ons publiekelijk te committeren aan de klimaatdoelen van de United Nations (UN). Tijdens het Nationaal Sustainability Congres in november 2021 heeft Kef van Helbergen, CEO bij Compass Group Nederland Benelux, namens Compass Group Nederland het Scienced Based Targets Initiatives (SBTi) ondertekend. Dit is een belangrijke mijlpaal in onze route naar Netto NUL CO<sub>2</sub>-uitstoot. De SBTi heeft als doelstelling om de uitstoot van broeikasgassen vóór 2030 te halveren, vóór 2050 een netto-NUL uitstoot te bereiken en de wereldwijde temperatuurstijging tot 1,5°C te beperken. Samen met meer

*"Als grootste facilitair dienstverleners van de wereld zien we het als onze verantwoordelijkheid om klimaatverandering tegen te gaan. Door ons te committeren aan de SBTi laten we onze betrokkenheid zien en willen we een voorbeeld zijn voor andere bedrijven."*  
**Dieuwke Moerman, Director Sales & Marketing**

dan 2.000 bedrijven hebben we ons verbonden aan deze wetenschappelijk onderbouwde reductiedoelstellingen en gaan we zelfs nog een stapje verder met onze ambitie om vóór 2030 een netto-NUL uitstoot te bereiken.

### ONTBIJT VAN DE TOEKOMST

Tijdens het Nationaal Sustainability Congres heeft Famous Flavours, dochteronderneming van Compass Group Nederland, het 'ontbijt van de toekomst' verzorgd. Het ontbijt was bijna volledig plantaardig en gemaakt van lokale en seizoensgebonden producten. Door bewuste en datagedreven keuzes te maken, had dit ontbijt maar liefst 54% minder CO<sub>2</sub>-uitstoot ten opzichte van een 'normaal' ontbijt. Ook werken we samen met CKC-seminars, om het ontbijt voor de 'Sustainable Innovation Day' op de High Tech Campus te faciliteren.

*"Onze preferente leveranciers, zoals Bidfood, Bunzl en Bakkersbrigade, werken alleen met gecertificeerde producten. We zitten op een bronzen niveau in de Global Supply Chain Integrity Standards."*  
**Wouter Dekker, Supply Chain Manager**

### 100 MONTHS TO CHANGE

Sinds september 2021 is Compass Group Nederland lid van de 100 Months to Change, een wereldwijd initiatief van klimaatpioniers die de klimaatdoelen in 2030 willen behalen, 100 maanden vanaf de oprichting van het programma. Samen met de andere pioniers zijn we ambassadeur van deze beweging.





Met de Nederlandse pioniers hebben we het *Game 100 action* program opgesteld waarbij we verschillende uitdagingen aangaan door kennis met elkaar te delen en elkaar interactief aan te moedigen de klimaatdoelen te behalen.

#### NAAR MEER PLANTAARDIG

Om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verlagen zetten we sterk in op de eiwittransitie. Zo kiezen we vaker voor plantaardige voeding en vervangen we vlees- en zuivelproducten door plantaardige alternatieven. Ons doel is dat 80 procent van ons voedselassortiment in 2025 plantaardig is. Om dit te realiseren, werken we bijvoorbeeld samen met Vegan Foodservice, een volledig plantaardige groothandel waarvan een aanzienlijk deel van het assortiment ook biologisch is. Van elke bestelling die we bij Vegan Foodservice plaatsen, gaat een deel van de opbrengst naar Trees for All. Zo dragen we niet alleen bij aan de vermindering van de CO<sub>2</sub>-uitstoot, maar ook aan het behoud van bomen, die op hun beurt weer zorgen voor de opname van CO<sub>2</sub>. Ook doen we ieder jaar mee aan de Nationale week zonder vlees en zuivel. We passen in deze week onze menu's aan en bieden speciale kortingen in het restaurant om mensen te stimuleren meer plantaardig te eten. Verder delen we in deze week tips en weetjes met onze medewerkers over plantaardig eten.

#### EEN DIERVRIENDELIJK AANBOD

In ons assortiment bieden we vlees en andere dierlijke producten aan. We vinden het belangrijk dat de dieren

waarvan deze producten afkomstig zijn een goed leven hebben gehad. Daarom hebben we vanaf 2022 alleen nog vers vlees waarbij er voldoende aandacht is voor dierenwelzijn (inkoopnorm van minimaal 1 ster in het Beter Leven Keurmerk) en visproducten die afkomstig zijn van duurzame visserij (MSC of ASC-keurmerk) in ons assortiment. Op dit moment is al meer dan 80 procent van de vis die bij Compass Group Nederland wordt ingekocht duurzaam gevangen. Deze vis wordt gevangen volgens het duurzaamheidsprogramma Stichting Vis & Seizoen van Versvishandel Jan van As. De vis in het assortiment is in het juiste seizoen gevangen, heeft een gezonde populatie, wordt duurzaam gevangen en is van hoge kwaliteit.

*“Het assortiment wat Versvishandel Jan van As aan Compass Group Nederland levert is zo samengesteld dat zoveel mogelijk gebruik gemaakt wordt van gecertificeerde (MSC/ASC) of duurzame vis. Dit geheel vanuit de visie van Jan van As om als leverancier zorg te dragen voor een gezond visbestand voor nu en in de toekomst.”*  
**Lennart Poot, Accountmanager Versvishandel Jan van As**

Vleesleverancier Jan Zandbergen werkt alleen met maatschappelijk verantwoorde leveranciers, daarom zijn we sinds januari 2022 een samenwerking aangegaan. De vleesvervangers van Jan Zandbergen worden geproduceerd met Europees gecertificeerde soja. Daarnaast kopen we o.a. vleesvervangers in van de Vegetarische Slager en van Sparc Kitchen. Samen hebben we als doel de onvermijdelijke shift naar meer plantaardige voeding te maken. Een beweging die niet alleen een enorm voordeel oplevert voor het milieu en de wereldvoedselvoorziening, maar uiteraard ook voor dierenwelzijn.

Ook bij onze zuivelproducten kijken we naar het dierenwelzijn. Onze strategische partner hierin is Friesland Campina. Alle producten die wij inkopen bij Friesland Campina hebben het On the way to PlanetProof-keurmerk. Onze zuivelpartner Danone is B Corp gecertificeerd. De eetzuivelproducten die wij inkopen bij De Zuivelhoeve zijn allen geproduceerd met alleen weidemelk. Dat is melk van koeien die tenminste 120 dagen per jaar, minimaal 6 uur per dag buitenstaan.

## SPEERPUNT NUL VERLIES VAN BIODIVERSITEIT

***We kopen grondstoffen duurzaam in om verlies van biodiversiteit te voorkomen. Onze producten komen veelal uit korte ketens: eerlijk, transparant en lokaal. Zo komen onze appels, broccoli en aardappels bijvoorbeeld altijd van Nederlandse bodem.***

#### SMAAKVOLLE LANDBOUWPRODUCTEN VIA THE FARM KITCHEN

Via ons partnership met The Farm Kitchen werken we samen met regeneratieve boeren die de negatieve impact op de natuur verminderen en tegelijkertijd aan herstel van de natuur werken. Een gezonde bodem en het gebruik van natuurlijke processen is hierin essentieel. We werken niet tegen, maar met de natuur. Zo werkt The Farm Kitchen volgens hun eigen ‘zeven beloftes aan Moeder Natuur’. Dit houdt naast de regeneratieve landbouw in dat er gewerkt wordt met lokale producten binnen een straal van vijftien kilometer van de cateringlocatie. Het aanbod gaat hierdoor mee met het seizoen, ook wordt er rekening gehouden met eerlijke prijzen en wordt verspilling beperkt. Een eerste gezamenlijke locatie voor The Farm Kitchen en Compass Group Nederland staat in Utrecht, we streven ernaar dit in 2022 verder uit te breiden.

#### LOKALE PRODUCTEN VIA LOCAL2LOCAL

Sinds 2021 werkt Compass Group Nederland samen met Local2Local. Na een succesvolle pilot in 2021 in de provincie Utrecht, breiden we in 2022 uit naar Noord-Holland, Zuid-Holland, Gelderland en Flevoland. Local2Local brengt de producten via elektrische wagens naar de locaties, dit zorgt voor NUL CO<sub>2</sub>-uitstoot in het distributieproces. Met deze korte en transparante ketens stimuleren we het rijke voedselaanbod van lokale boeren en producenten, verminderen we de CO<sub>2</sub>-uitstoot en voldoen daarmee aan onze eigen maatschappelijk verantwoorde inkoop (MVI) ambities.

#### MILIEUVRIENDELIJK SCHOONMAKEN

Onze impact houdt niet op bij voedselproducten, maar gaat ook over andere diensten die we aanbieden, zoals schoonmaak. Vanaf 2025 werken we in de schoonmaak uitsluitend nog met duurzame machines en ecologische producten. In 2021 zijn we overgestapt op de schoonmaakproducten van Ecolab.

*“De natuur, het land, de grond, de biodiversiteit en de koeien staan met elkaar in verbinding. Door deze krachten te bundelen leveren we dagelijks verse zuivel en andere producten van het land aan de verschillende locaties van Compass Group Nederland. Hiermee stimuleren we de lokale voedselproductie én met de opbrengsten verrichten wij extra werkzaamheden voor de natuur.”*  
**Boer Bas Timmer, Boeren van Amstel**

Deze producten voldoen aan REACH (Registratie, Evaluatie, Autorisatie en restrictie van Chemische stoffen), een verordening van de Europese Unie die is vastgesteld om de gezondheid van mens en milieu beter te beschermen tegen gevaren van het gebruik van chemische stoffen. Veel producten hebben ook een Ecolabel en/of het SWAN-label. Beide labels staan voor een duurzame keuze waarbij de productie van het product het milieu zo min mogelijk belast.







## SPEERPUNT NUL (VOEDSEL)VERSPILLING

*We werken aan een circulair aanbod waarbij we grondstoffen steeds opnieuw gebruiken en (voedsel)verspilling tegengaan.*

### ONZE DOELEN:

- In 2022 meten we voedselverspilling op al onze locaties
- In 2030 is onze voedselverspilling met 50 procent gereduceerd
- In 2030 is ons (rest)afval met 50 procent gereduceerd

Bij Compass Group Nederland streven we naar zo min mogelijk (voedsel)verspilling om hiermee de impact op het milieu zo beperkt mogelijk te houden. We gebruiken hierbij de vijf R'en van zero waste: *Refuse, Reduce, Reuse, Recycle en Rot*. De R-ladder is gebaseerd op de ladder van Lansink.

## ZERO WASTE



REFUSE



REDUCE



REUSE



RECYCLE



ROT

*“Compass Group Nederland zet zich samen met Too Good to Go in tegen voedselverspilling. Via deze app bieden 58 van haar locaties Magic Boxen aan met producten die aan het eind van de dag anders weggegooid zouden worden. De afgelopen drie jaar heeft Compass Group op deze manier al 24.800 maaltijden gered. Met het redden van deze maaltijden is 62.000 kilo CO<sub>2</sub>-uitstoot bespaard, dit staat gelijk aan 12 vluchten om de wereld. Een resultaat om trots op te zijn!”*

*Joris Wieters, Head of Key Accounts  
bij Too Good To Go*

### TEGENGAAN VAN VOEDSELVERSPILLING

Wij zetten ons in voor het voorkomen van (voedsel)verspilling met verschillende initiatieven. Jaarlijks doen we met meer dan 550 locaties mee aan de *Stop Food Waste Day*; een internationale themadag die door Compass Group USA in het leven is geroepen om mensen bewust te maken van het verminderen van voedselverspilling in hun persoonlijke leven. We werken sinds 2019 samen met Too Good To Go. In 2022 zullen al onze 301 locaties die geschikt zijn aansluiten bij Too Good To Go. Ook zijn we sinds september 2021 aangesloten bij de Stichting ‘Samen Tegen Voedselverspilling’.

### ARTIFICIAL INTELLIGENCE MET WINNOW

We helpen onze medewerkers, klanten en gasten bewust te worden van de hoeveelheid voedselverspilling. Daarom zijn we in 2021 op 25 locaties met een pilot van *Winnow* begonnen. Deze slimme meter monitort afval op locatie en brengt precies in kaart hoeveel en wat er wordt weggegooid. Zo weten we hoeveel eten in de prullenbak belandt. We gebruiken dit om ervoor te zorgen dat mensen minder voedsel weggooien. Op deze manier wordt het voor medewerkers makkelijker om meteen actie te ondernemen op de productgroepen die het meest verspild worden. Hiermee besparen we kosten en CO<sub>2</sub>-uitstoot. In 2022 rollen we Winnow op al onze locaties uit.

### REUSABLES

We vinden het belangrijk dat de lokale omgeving niet wordt vervuild met materiaal dat van onze locaties komt. Daarom werken we met reusables, zoals de *Keep-Cups*. Dit zijn koffiebekers gemaakt van 100 procent gerecycled materiaal die onze gasten opnieuw kunnen gebruiken. Ook hebben we besteksetjes en andere reusables van het merk *Koziol* in ons assortiment, deze doen het vooral goed op hogescholen.

*Jaarlijks doen we met meer dan 550 locaties mee aan de Stop Food Waste Day*







## DE CLIQUE

Vanaf 2022 hebben we voor onze locaties in Utrecht een samenwerking met *De Clique*. De Clique haalt organische grondstoffen zoals koffiedik, snijresten en andere voedselresten CO<sub>2</sub>-neutraal op en gebruikt deze als grondstof voor nieuwe (voedsel)producten. Samen creëren we zo waardevolle, kortere en circulaire ketens.

## VERDUURZAMEN VAN VOEDSELVERPAKKINGEN

We werken al twaalf jaar samen met *Bunzl*, een totaal-leverancier van gebruik- en verbruiksartikelen die we dagelijks nodig hebben om ons werk goed te kunnen doen. Je zou kunnen stellen dat je bij Bunzl alles kunt krijgen wat niet voor de (door)verkoop bedoeld is. Of het nu gaat om voedselverpakkingen, veiligheidskleding, schoonmaak-artikelen of een kassarol. De voedselverpakkingen van Bunzl zijn gemaakt van hernieuwbare grondstoffen en/of restmaterialen. Samen met Bunzl hebben we drie soorten voedselverpakkingen:

- **Eurest Duurzaam:** in dit assortiment zijn al onze plastic disposables gemaakt van gerecycled PET (rPET).
- **Eco Echo by Duni:** CO<sub>2</sub>-neutrale disposables.
- **Eurest Premium:** disposables gemaakt van milieuvriendelijke en hoogwaardige materialen.

*In 2022 breiden we ons aanbod van voedselverpakkingen met Bunzl uit met een lijn reusables.*

## INNAME PET-FLESSEN

Sinds 1 juli 2021 zit er statiegeld op kleine PET-flessen. Compass Group Nederland biedt sinds oktober 2021 op alle cateringlocaties in Nederland de mogelijkheid om PET-flessen in te leveren. In de afgelopen vijf maanden hebben we hiermee 426.000 PET-flessen ingezameld. We verwachten dat dit aantal veel hoger wordt als weer alle locaties opengaan na corona. Op deze manier dragen we bij aan het doel van Statiegeld Nederland om per 1 januari 2022 90 procent van de PET-flessen gescheiden in te zamelen. Alle ingenomen PET-flessen gaan retour naar het verwerkingsstation om er vervolgens weer nieuwe plastic flessen van te maken. Samen met Coca Cola Nederland starten we in 2022 een campagne om dit initiatief verder te

stimuleren. Vanaf 1 januari 2023 zal in Nederland ook statiegeld op blik verplicht worden. Dit jaar gebruiken we om bij Compass Group Nederland de inzameling hiervan klaar te stomen zodat we per 2023 naast de PET-flessen ook blikjes gescheiden in kunnen zamelen.

*“Jaarlijks belanden er circa 100 miljoen PET-flessen op straat of in de zee. Vaak ontbreekt het draagvlak nét daar waar het ertoe doet: het verantwoordelijke bedrijfsleven. Ik ben trots dat wij als bedrijf onze verantwoordelijkheid nemen voor de inzameling en daarmee recycling van PET-flessen op al onze locaties.”*  
**Maarten Willemsen, Segment lead Government & Education**

***Met onze duurzame bedrijfskleding hebben we in 2021 in totaal 68 miljoen liter water bespaard en ongeveer 60.000 kilo CO<sub>2</sub>-uitstoot***

## DUURZAME BEDRIJFSKLEDING

Sinds 1 maart 2021 dragen de medewerkers van onze dochterondernemingen Eurest en ESFM bedrijfskleding die voor 88 procent gemaakt is van duurzame grondstoffen en voor 50 procent van circulaire grondstoffen. Deze kleding, van producent Schijvens Corporate Fashion, is gemaakt van gerecycled textiel en gerecyclede PET-flessen. Met deze duurzame bedrijfskleding hebben we in 2021 in totaal 68 miljoen liter water bespaard en ongeveer 60.000 kilo CO<sub>2</sub>-uitstoot. De gehele collectie wordt gemaakt onder

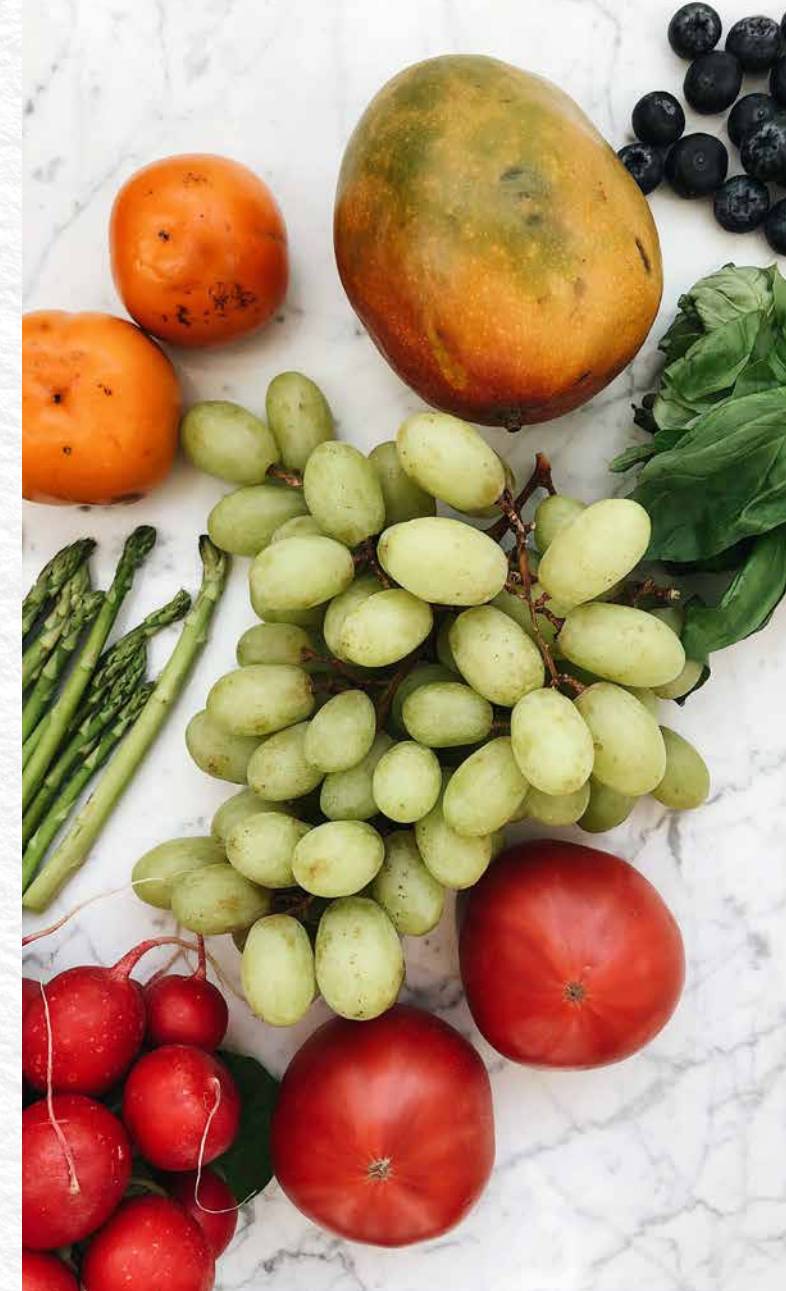
toezien van Fair Wear Foundation, een organisatie die zich inzet voor goede werkomstandigheden in de kledingindustrie en de productielocaties van Schijvens Corporate Fashion controleert. Wanneer de duurzame bedrijfskleding niet meer voldoet aan onze kwaliteitseisen wordt deze gerecycled en gebruikt om weer nieuwe bedrijfskleding van te maken.

## DUURZAME WERKWAGENS

Ook bij de keuze voor werkwagens voor onze schoonmaak gaan we voor de meest duurzame optie. Hiervoor werken we samen met onze partner VERMOP. Alle elementen van de werkwagen van VERMOP zijn van hoogwaardig materiaal en dus na gebruik uitstekend recyclebaar.

## ECOCREATION COMPOSTEERMACHINE

Op twee van onze locaties staat een Ecocreation composteermachine die elk 100 kilo afval omzet in 15 kilo compost. De compost wordt hierna uitgedeeld aan de gasten en/of medewerkers voor eigen gebruik. Zo winnen we energie terug uit de anders weggegooid voedingmiddelen.



## SAMENVATTING

## RESULTATEN 2021 PIJLER 1 | MILIEU

- ✓ Op 11 november 2021 ondertekende Compass Group de ‘Business Ambition for 1,5°C’
- ✓ Sinds 2021 zijn we lid van de ‘100 months to change’
- ✓ Samen met een aantal partners stelden we het ‘Game 100 action program’ op
- ✓ Met het ontbijt van de toekomst produceerden we 54 procent minder CO<sub>2</sub>-uitstoot
- ✓ We namen deel aan de Week zonder Vlees
- ✓ We gingen een partnership aan met Local2Local
- ✓ We stapten over op de duurzame schoonmaakproducten van Ecolab (REACH)
- ✓ We sloten ons aan bij Stichting Samen Tegen Voedselverspilling
- ✓ We namen deel aan Stop Food Waste day
- ✓ In 2021 waren 58 locaties aangesloten bij Too Good to go
- ✓ Op 25 locaties voerden we een pilot uit met Winnow om voedselverspilling in kaart te brengen
- ✓ We startten een samenwerking met De Clique voor het ophalen van organisch afval
- ✓ Sinds oktober 2021 is het op alle cateringlocaties in Nederland mogelijk om PET-flessen in te leveren
- ✓ In 2021 bespaarden we 68 miljoen liter water en ongeveer 60.000 kilo CO<sub>2</sub>-uitstoot door het dragen van duurzame bedrijfskleding





## PIJLER 02 MENS EN MAATSCHAPPIJ

*Speerpunt:  
NUL  
verspilling  
van arbeid*

*Als Compass Group Nederland vinden we het belangrijk dat we de negatieve impact op mens en maatschappij zo beperkt mogelijk houden. We zetten onze expertise en ons netwerk in voor gelijke kansen en sterke communities, en richten ons vooral op eerlijke handel, een diverse en inclusieve werkomgeving, goed werkgeverschap en sociaal inkopen.*

### NAAR NUL VERSPILLING VAN ARBEID

We gaan verspilling van arbeid tegen door verspilling van producten en daarmee verspilling van inspanning en talent tegen te gaan. Onze doelstellingen voor eerlijke handel en true pricing zijn:

- Vanaf 2023 doen we mee aan de transparantiebenchmark van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat
- Vanaf 2025 is de afkomst van bedrijfskleding, koffie, thee, bananen, chocolade en palmolie volledig inzichtelijk en wordt inachtneming van mensenrechten gemonitord
- Vanaf 2030 zijn al onze producten en diensten met een eerlijke prijs ingekocht

Daarnaast starten we in uiterlijk 2025 een pilot met een aantal partners, waarin gerekend wordt met de daadwerkelijke prijs waarin de impact op milieu, mens en maatschappij is meegenomen.

*We richten ons vooral op  
eerlijke handel, een diverse  
en inclusieve werkomgeving,  
goed werkgeverschap  
en sociaal inkopen*



# NULA

## DE REIS NAAR JOUW (H)EERLIJKE KOPJE KOFFIE



### SOCIAAL INKOPEN

Bij de inkoop van producten en diensten nemen we milieu- én sociale aspecten mee. Dit noemen we sociaal inkopen, ook bekend als *Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI)*. Compass Group Nederland werkt onder andere samen met Buy Social. Deze organisatie biedt sociale ondernemingen een podium. We komen geregeld samen met de andere partners van Buy Social om van elkaar te leren door ervaringen uit te wisselen. In 2025 willen we minimaal 25 sociale ondernemingen als (preferent) leverancier hebben.

### EERLIJKE HANDEL

Bij Compass Group Nederland kopen we op een verantwoorde manier producten in. We maken open en eerlijke afspraken met onze partners en leveranciers en betalen een eerlijke prijs voor producten en diensten, waarbij we mensenrechten beschermen en waarborgen. We werken continu aan meer transparantie binnen onze ketens. De keten van de productgroepen vlees, vis, AGF-producten,

koffie, suiker, frituurolie, kruiden en specerijen en wijnen hebben we volledig inzichtelijk. Ook voor onze disposables weten we waar ze geproduceerd worden en waar de grondstoffen vandaan komen. De komende jaren zullen we hier continu stappen blijven zetten en steeds meer ketens inzichtelijk maken.

Met de interactieve applicatie *Dishboard* creëren we een totaaloverzicht van het assortiment. Dit geeft ons inzicht in trendontwikkelingen op het gebied van inkoopwaarde, volume, gezondheid en duurzaamheid. Zo laat het zien welke topkeurmerken onze producten bevatten. Deze keurmerken stellen de hoogste eisen op het gebied van milieu, dierenwelzijn en mens & werk. In 2021 had 63 procent van onze koffie, thee en cacao een topkeurmerk.

## Onze NULA koffieboon uit Peru is 100% traceerbaar, Fairtrade en biologisch

### NULA KOFFIEBOON

Een belangrijk product in onze NULA reis is de *NULA koffieboon* uit Peru. In 2021 hebben we in samenwerking met UCC Coffee, FairClimateFund en Farmer Connect de NULA koffieboon en daarmee koffie ontwikkeld. Deze boon is 100 procent traceerbaar, Fairtrade en biologisch. Daarnaast compenseren we de CO<sub>2</sub>-uitstoot die vrijkomt tijdens de productie. Ook steunen wij koffieboeren om de koffiebossen te beschermen, CO<sub>2</sub> te reduceren en het welzijn van de koffieboeren en hun families te verbeteren. In 2021 kwam er in de gehele keten zo'n 390.000 kilo CO<sub>2</sub> vrij bij de productie van de NULA koffieboon in Peru. We compenseren dit via onze deelname aan het klimaatproject van Fair Climate Fund 'cookstoves voor koffieboeren' in Ethiopië. Ook steunen we het herbebossing project in Peru, om zo iets goeds terug te doen aan het land waar onze koffieboon vandaan komt. In 2022 is de NULA koffieboon gelanceerd. *Zo maken we een (h)eerlijke kop koffie!*

*Via het herbebossingsprogramma van Fair Climate Fund is er sinds 2011 al meer dan 200 hectare bos aangeplant. Door in dit project te investeren, worden er meer bomen geplant die CO<sub>2</sub> uit de lucht halen, zodat de NULA koffieboon in de keten uiteindelijk netto meer CO<sub>2</sub> vastlegt dan dat er wordt uitgestoten."*  
**Casper Steegman, Senior buyer**

## SPEERPUNT NUL VERSPILLING VAN TALENT

***We willen dat onze medewerkers werken in een sociaal veilige omgeving, waar iedereen zich kan ontwikkelen. Dit doen we door in te zetten op een diverse en inclusieve werkomgeving en goed werkgeverschap.***

### ONTWIKKELING VAN MEDEWERKERS

Onze medewerkers kunnen gebruik maken van trainingen en ontwikkelingstrajecten. Hiermee ontwikkelen onze medewerkers zich op professioneel vlak en activeren we hen in de transitie naar duurzaam denken en doen. In 2021 hebben we verschillende trainingen en e-learnings ontwikkeld. Een aantal voorbeelden hiervan zijn de e-learning-module *'Safety First'*, waarin onze medewerkers alles leren over veiligheid, het gamification programma, de duurzaamheidstraining, een training mindfulness en de workshop eiwittransitie. Voor medewerkers in de catering ontwikkelden we de e-learning over *Leviy*. Leviy is een online platform dat medewerkers kan helpen de dienstverlening voor klanten te optimaliseren en efficiënt te werken. Hiermee kunnen bijvoorbeeld grondstoffen worden bespaard. Vanaf het hoofdkantoor in Amsterdam ondersteunen wij al onze medewerkers, van kantoormedewerkers tot koks en kassières. Ook werken we samen met uitzendbureaus om de juiste mensen op de juiste plek te krijgen. Medewerkers met een hoog doorgroeipotentieel volgen sinds 2021 een *Talent Traject* om zich zo optimaal mogelijk te kunnen ontwikkelen binnen Compass Group Nederland.

### EEN DIVERSE EN INCLUSIEVE WERKOMGEVING

Iedereen is welkom bij Compass Group Nederland, daarom besteden we extra aandacht aan social return, gendergelijkheid, LGBTQ+ en culturele diversiteit. In 2021 was 46,05 procent van onze medewerkers op het hoofdkantoor vrouw. In het hoger management is twee van de vijf directieleden vrouw. Wij streven ernaar het aantal vrouwen in het hele management te laten groeien naar minimaal een derde. Door meer erkenning en begrip te creëren willen we meer niet-westerse, vrouwelijke en LGBTQ+ rolmodellen en vertrouwenspersonen werven. In 2022 geven we aandacht aan dagen en weken zoals de Gay Pride, Diversity Day, Coming Out Day, Internationale Dag Tegen Racisme en Discriminatie, Paarse Vrijdag, Internationale Vrouwendag en de Week van de Werkstress. Ons HR-team zet zich sinds 2022 actief in voor deze

*"Op Internationale Vrouwendag vroegen wij al onze medewerkers iemand te nomineren als onze vrouwelijke superheld. Hier geven we op social media dan aandacht aan. Vanaf dit jaar zullen we ook acties in het restaurant afstemmen op een aantal van deze speciale dagen."*

**Nelleke Ariaans, HR-manager**

speciale dagen, dit doen zij door zowel intern als extern hierover te communiceren. Het doel bij deze verschillende initiatieven is dat de perceptie van sociale veiligheid op de werkvloer in 2025 een 8 of hoger scoort. Dit wordt om het jaar gemeten in het medewerkerstevredenheidsonderzoek.







#### GOED WERKGEVERSCHAP

Samen met alle medewerkers van Compass Group Nederland maken wij dit bedrijf niet alleen goed om voor te werken en zaken mee te doen, maar ook tot een fantastisch bedrijf met een goede reputatie op het gebied van normen en kwaliteit. Dit staat ook beschreven in onze internationale gedragscode die voor elke Compass Group Nederland medewerker geldt. Via 'Speak Up', een telefonische hulplijn en website die door een onafhankelijke gespecialiseerde provider wordt beheerd, kunnen medewerkers in vertrouwen hun zorgen uiten over gedragingen die zij onjuist, onveilig, onethisch of zelfs onwettig vinden. Dit platform is 7 dagen per week, 24 uur per dag bereikbaar.

## Afgelopen jaar zijn de eerste ontwikkelingsgesprekken geweest met medewerkers op het hoofdkantoor

Vanaf 2021 maken we ons sterk op het gebied van salaris, arbeidsvoorwaarden, ontwikkeling en training voor medewerkers. Afgelopen jaar zijn de eerste ontwikkelingsgesprekken geweest met medewerkers op het hoofdkantoor. Hiermee stimuleren we medewerkers 360 graden feedback te vragen aan collega's en dit te evalueren. Dit wordt doorgevoerd in de hele organisatie. Medewerkers die uitblinken als locatiemanagers nemen daarnaast deel in een talentpool, om zich te ontwikkelen tot account & hospitality manager.

*"In 2021 heeft Compass Group Nederland de hoogst haalbare trede behaald op de PSO. We behoren tot de koplopers in het bieden van werkgelegenheid aan de PSO-doelgroep, en daar zijn we ontzettend trots op. We laten hiermee zien hoe waardevol samenwerkingen met sociale ondernemingen zijn en willen hiermee een voorbeeld zijn voor andere organisaties."*

*Jaques de Hulster, HR-directeur*

#### SOCIAAL ONDERNEMEN EN INZET SOCIAL RETURN

Veel van onze inkopen doen we direct bij sociale ondernemers, zoals De Verspillingsfabriek of Signature Foods, of indirect via Bidfood. Deze bedrijven zijn gecertificeerd via de *Prestatieladder Socialer Ondernemen* (PSO) en bieden banen aan kwetsbare groepen op de arbeidsmarkt. We werken graag met mensen bij wie de afstand tot de arbeidsmarkt groter is en bieden op verschillende locaties opleidings- en werkervaringsplekken aan. Als de opleiding is afgerond, bekijken we samen met de medewerker de mogelijkheid voor een vaste arbeidsplek. In 2021 hebben we 397 medewerkers begeleid bij hun social return. Daarnaast werken we met meerdere sociale initiatieven zoals Just4work, Pantar, Sign Language Coffeebar en hebben we sinds december 2021 een exclusief partnership met The Colour Kitchen.

*"De samenwerking met The Colour Kitchen past perfect binnen het NULA gedachtegoed, waarbij we samen ervoor zorgen dat mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt de kans krijgen om zichzelf te ontwikkelen tot catering professionals. Hiermee hebben we echt een extra dimensie te bieden aan onze (toekomstige) klanten."*

*Nicole Moes, HR-manager*

#### THE COLOUR KITCHEN

In december 2021 zijn we een exclusief Partnership aangegaan met *The Colour Kitchen*. Dit is een Utrechtse hospitality onderneming, een pionier als het gaat om MVO. Het bedrijf biedt mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt de kans om een opleiding te volgen en zich als mens en medewerker te ontwikkelen. In 2022 werken we met twintig leerlingen van *The Colour Kitchen*. We streven naar een gezamenlijk regioplan met minimaal zestig deelnemers op de werkplekken.

*"Vanaf het opleidingsprogramma The Colour Kitchen ben ik sinds september werkzaam bij Eurest. Ik heb onlangs mijn MBO-Horeca Niveau-1 diploma behaald. Ik woon sinds een paar jaar in Nederland en ben erg blij en trots op deze kans."*

*Sahar, afkomstig uit Syrië*

| SAMENVATTING | RESULTATEN 2021 PIJLER 2   MENS EN MAATSCHAPPIJ                                                                                                                                                  |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ✓            | In 2021 had 63 procent van onze koffie, thee en cacao een topkeurmerk                                                                                                                            |
| ✓            | In 2021 ontwikkelden en introduceerden we onze NULA-koffieboon: eerlijk, transparant en biologisch                                                                                               |
| ✓            | We compenseerden 390.000 kilo CO <sub>2</sub> -uitstoot via deelname aan het klimaatproject van Fair Climate Fund 'cookstoves voor koffieboeren' in Ethiopië en het herbebossing project in Peru |
| ✓            | We startten een Talent Traject voor medewerkers van Compass Group Nederland om door groei te stimuleren                                                                                          |
| ✓            | In 2021 was 46,05% van onze medewerkers op het hoofdkantoor vrouw                                                                                                                                |
| ✓            | In 2021 was 40 procent in het hoger management vrouw                                                                                                                                             |
| ✓            | We startten een nieuw HR-programma met aandacht voor salaris, arbeidsvoorwaarden, ontwikkeling en training voor medewerkers                                                                      |
| ✓            | We sloten een exclusief partnership met The Colour Kitchen                                                                                                                                       |
| ✓            | We behaalden de hoogst haalbare trede op de PSO-ladder                                                                                                                                           |





## PIJLER 03 VITALITEIT

*Speerpunt:  
NUL  
verspilling  
van gezondheid  
en welzijn*

*Elke dag maken duizenden mensen gebruik van onze diensten. We zijn ons bewust van de impact die we kunnen hebben op hun gezondheid en welzijn. Daarom zetten we ons in voor een gezonde eet- en werkomgeving, het verstrekken van duurzaamheids- en gezondheidsinformatie over onze voedselproducten en bieden gepersonaliseerde voeding aan.*

### GEZONDE EET- EN WERKOMGEVING

We geloven dat een gezonde eet- en werkomgeving onze gasten inspireert om bewustere keuzes te maken. Vanaf 2025:

- Is de gemiddelde uitkomst van het klant- en gasttevredenheidsonderzoek op de vragen over 'welzijn' minimaal een 8 of hoger
- Bevat het aanbod voor klanten minimaal interventies op het gebied van fysiek welzijn (gezonde voeding, beweging), mentaal welzijn (daglicht, voldoende groen, luchtkwaliteit) en sociaal welzijn (verbinding, tegengaan eenzaamheid)







#### GEZONDE EETOMGEVING

Met een gezonde eetomgeving stimuleren we onze gasten tot het maken van gezondere keuzes, bijvoorbeeld door de gezonde keuze de lekkere en makkelijke keuze te maken. In 2022 hebben we een handboek en een e-learning gemaakt voor onze locaties. Zo leren we onze medewerkers hoe zij

*“We stimuleren onze klanten op verschillende manieren om de gezondere keuze te maken. In 2022 gaan we een samenwerking aan met KRNWTR+, om de consumptie van kraanwater te stimuleren en bij de kassa bieden we alleen gezonde snacks aan.”*

*Bianca Bex, locatiemanager Universiteit Maastricht*

een eetomgeving gezond(er) kunnen maken. Vanuit kantoor zetten we de ambitie neer; in 2025 voor minimaal 60 procent gezondere keuzes aanbieden in iedere productgroep. Deze keuzes zijn in lijn met de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum. We plaatsen gezonde alternatieven opvallend in het restaurant en bij de kassa worden alleen gezonde keuzes aangeboden. Daarnaast zorgen we dat we gezonde producten en gerechten promoten via onze sales promoties. Zo geven we onze gasten een duwtje in de gezonde richting. Vanaf 2022 krijgen alle locaties met een gezonde eetomgeving een audit Gezonde Eetomgeving van Sensz.

### *In 2025 bieden we voor minimaal 60 procent gezondere keuzes aan in iedere productgroep*

#### INFORMATIE OVER VOEDING

Bij de presentatie van onze producten geven we onze consumenten en klanten transparante informatie over allergenen en nutriënten. Vanaf 2023 voegen we hier ook informatie over de milieu-impact en duurzaamheidsinformatie van producten aan toe. Dit hebben we voor klanten al inzichtelijk in Dishboard. Deze digitale managementrapportage biedt een totaaloverzicht per kwartaal van het assortiment met daarbij inzichten en trendontwikkelingen op het gebied van gezondheid en duurzaamheid voor al onze ingekochte voedselproducten.

#### GEPERSONALISEERDE VOEDING

We vinden het belangrijk dat ons gezonde voedingsassortiment voor alle groepen mensen toegankelijk is. In dit kader zullen we vanaf 2025 gepersonaliseerde voeding aanbieden, met name voor patiënten, mensen met overgewicht en ouderen.

#### SAMENVATTING RESULTATEN 2021 PIJLER 3 | VITALITEIT

- ✓ We ontwikkelden een handboek en een e-learning Gezonde eetomgeving voor onze locaties
- ✓ We plaatsten gezonde alternatieven opvallend in het restaurant en bij de kassa worden alleen gezonde keuzes aangeboden
- ✓ We zorgen dat we gezonde producten en gerechten promoten via onze sales promoties



*Vanuit kantoor zetten we de ambitie neer; in 2025 voor minimaal 60 procent gezondere keuzes aanbieden in iedere productgroep*





*Dit is het eerste duurzaamheidsverslag van Compass Group Nederland. Vanaf nu zullen we jaarlijks onze duurzaamheidsinformatie publiceren. Dit verslag heeft betrekking op het jaar 2021 en gaat over Compass Group Nederland, tenzij anders vermeld.*

#### **VOLG COMPASS GROUP NEDERLAND**

Wil je meer weten over Compass Group Nederland en duurzaamheid ga dan naar [www.compass-group.nl](http://www.compass-group.nl), mail naar [info@compass-group.nl](mailto:info@compass-group.nl) of volg ons op LinkedIn.



#### **COPYRIGHT**

Niets uit onze magazines mag worden verveelvoudigd of anderszins toegepast worden, zonder onze schriftelijke toestemming.

#### **VORMGEVING**

Compass Group Nederland

#### **REDACTIE**

Compass Group Nederland en Schuttelaar & Partners

*Onze magazines worden volledig CO<sub>2</sub> neutraal gerealiseerd.*