



coffee fresh

MVO jaarverslag 2019





coffee fresh

Inhoudsopgave

Voorwoord Henk-Jan Westhoff	03
Onze organisatie en prioriteiten	04
Coffee Fresh duurzaamheid highlights 2019	05
Onze stakeholders en materiële onderwerpen	06
onze materiële thema's	07
connectiviteitsmatrix	08
Close Future	09
klimaat en energie	10
gezondheid en samenleving	11
mobiliteit en service	13
automaten en assortiment	14
afvalbeheersing	16
waarde toevoegen	18
teruggeven aan de samenleving	19
Sustainable Development Goals	20
Voor de toekomst	21
Over dit verslag	22
bijlage 1- GRI content index	23
bijlage 2 - HR data	28
bijlage 3 - afvalbeheersingsinformatie	29
colofon	30





Voorwoord Henk-Jan Westhoff

Als derde generatie van een familiebedrijf met bijna 100 jaar historie, hechten wij veel belang aan het voeren van een duurzaam beleid. Onze initiatieven op het brede gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen dragen allemaal bij aan het hebben van een duurzame relatie met onze medewerkers, klanten, leveranciers en omgeving.

Lange tijd is het uitgangspunt van ons MVO beleid het streven naar een balans tussen de 3 P's geweest; people (mensen), planet (milieu) en profit (economische winst). Hoewel dit nog steeds van wezenlijk belang is kijken wij verder. Elk jaar weer dagen wij onszelf uit om ons duurzaamheidsbeleid verder te ontwikkelen.

In 2018 hebben wij ons MVO beleid vorm gegeven onder de naam Close Future. Want duurzaamheid begint bij onszelf en wij beseffen dat de toekomst dichterbij is dan je denkt. In 2019 doen wij daar een schepje bovenop en hebben wij een belangrijke stap in de professionalisering van onze duurzaamheidsverslaggeving gemaakt. Voor het eerst rapporteren we nu aan de hand van de GRI Standards. Eerdere jaren schreven we het MVO verslag nog naar eigen inzicht, maar vanaf dit jaar houden we de GRI-standaard aan.

De professionalisering van MVO verslaggeving past in onze ogen goed bij 2019, dit was voor ons het jaar van de duurzaamheid. Samen met onze medewerkers, klanten, partners en leveranciers hebben wij flinke duurzame ontwikkelingen doorgemaakt. Met gepaste trots presenteren wij in dit rapport deze ontwikkelingen en onze ambities op

het gebied van duurzaamheid. Net als voorgaande edities in digitale vorm, erg milieuvriendelijk en gemakkelijk te lezen via laptop, pc of tablet.

In het aankomende jaar werken wij verder aan onze gestelde doelen voor 2024. Wij vinden het belangrijk dat wij echt impact maken en zoeken daarom naar heldere mogelijkheden om duurzaamheidsvraagstukken op te lossen. Voor ons zal 2020 opnieuw een jaar worden met innovatieve duurzame oplossingen en zal de zoektocht naar transparantie in de keten worden voortgezet. Natuurlijk onder de naam Close Future, want de toekomst is dichterbij dan je denkt!

Drempt, 1 september 2020
Henk-Jan Westhoff, algemeen directeur



Onze organisatie en prioriteiten

De beste kop koffie op de werkvloer: daar staat Coffee Fresh voor. Automaten, ingrediënten en snelle technische service zijn onze speerpunten. Wij nemen de tijd voor persoonlijk advies en verzorgen – vanuit onze vijf vestigingen – met passie voor ons vak koffievoorzieningen ‘op maat’. Per jaar worden er meer dan 100 miljoen koppen Coffee Fresh koffie gedronken.

Coffee Fresh Westhoff Group

De Coffee Fresh Westhoff Group kan worden onderverdeeld in drie locaties, het hoofdkantoor in Drempt, een verkoopvestiging in Enschede en een verkoopvestiging in Breukelen. Alle locaties maken onderdeel uit van dit MVO jaarverslag.

In het hoofdkantoor in Drempt is het grootste deel van onze operationele afdelingen gehuisvest. Zowel de administratie, expeditie,



operating en een deel van de technische dienst bevinden zich in Drempt. Daarnaast ontvangen wij klanten in onze showroom en wordt in Drempt een groot deel van de verkoop gerelateerde werkzaamheden gecoördineerd.

De locaties in Breukelen en Enschede bestaan uit een showroom en kantoorruimtes en huisvesten een klein deel van onze verkoopmedewerkers. Ons verkoopkantoor in Breukelen bevindt zich in een bedrijvenverzamelgebouw met eigen faciliteiten maar een gezamenlijke entree. In Enschede delen wij het pand ook met meerdere bedrijven, maar heeft ieder wel een eigen ingang en faciliteiten.

Directie

Henk-Jan Westhoff	algemeen directeur
Menno Meester	commercieel directeur
Dick Wesselink	operationeel directeur

Close Future, de toekomst is dichterbij dan je denkt

MVO is al jaren een speerpunt binnen Coffee Fresh. Zowel op het gebied van mensen, producten als milieu blijven wij veranderen en verbeteren. Om onze kwaliteit te borgen zijn wij sinds 2010 ISO 9001 gecertificeerd. In 2017 is hier de certificering

voor ons milieubeleid ISO 14001 bijgekomen. Mede door dit soort ontwikkelingen, werd het in 2018 tijd om in kaart te brengen waar we staan en waar we naar toe willen. Wij hebben toen een grote stap gemaakt richting een duurzame, transparante en vooral duidelijke strategie voor Coffee Fresh. Met de introductie van Close Future hebben wij richting kunnen geven aan een duurzame toekomst. Wij vinden dat duurzaamheid bij onszelf begint en wij beseffen dat de toekomst dichterbij is dan je denkt.

MVO projectgroep

Een MVO werkgroep, samengesteld uit vertegenwoordigers vanuit verschillende onderdelen van het bedrijf komt minstens eenmaal per kwartaal bijeen om de voortgang van maatregelen te monitoren en implementatie te ondersteunen. De werkgroep bestaat uit:

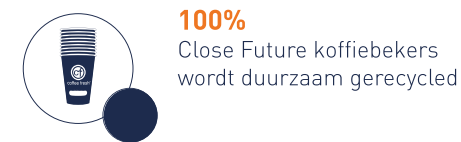
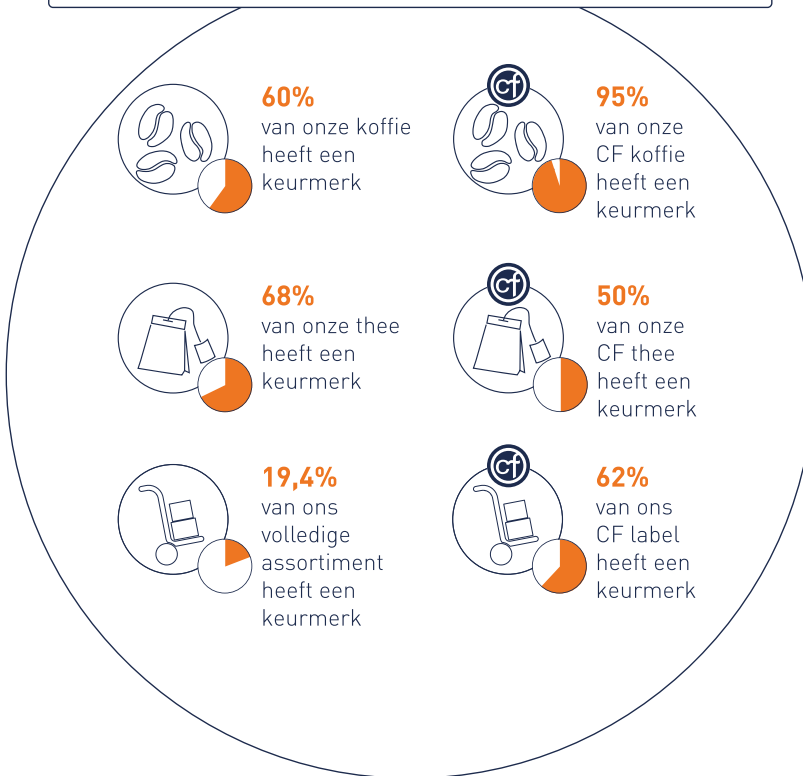
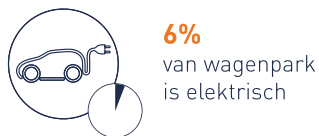
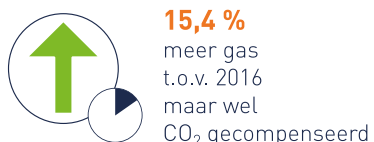
Henk-Jan Westhoff	algemeen directeur
Menno Meester	commercieel directeur
Maaïke Wortman	HRM en MVO coördinator
Sabine Eeftink	hoofd verkoop binnendienst
Nico Buitenhuis	senior key accountmanager
Hanneke Perik	marketing en communicatie
Sander Uunk	inkoop





Coffee Fresh duurzaamheid highlights 2019

2019 was voor ons het jaar van de duurzaamheid. Met behulp van Close Future hebben wij onze focus op duurzaamheid weten te verscherpen en hebben wij stappen gezet naar een duurzamere toekomst. Stap voor stap zien wij vooruitgang in onze organisatie en hier zijn wij meer dan trots op.



Onze stakeholders en materiële onderwerpen

Het maken van de juiste maatschappelijke keuze in onze bedrijfsvoering is niet altijd simpel. Wat goed is voor het milieu is niet altijd goed voor onze klant. Vanuit onze positie als zakelijke koffieleverancier hechten we veel belang aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en maatschappelijke betrokkenheid. Niet alleen willen we er elke dag zijn voor onze klanten, ook willen we een positieve bijdrage leveren aan de (lokale) samenleving.

Duurzame dialogen

Over duurzame dilemma's gaan wij continu in dialoog met onze belangrijkste stakeholders, dat zijn onze klanten, medewerkers, partners en leveranciers. Deze dialogen vinden op verschillende wijze plaats. De MVO-werkgroep bestaande uit vertegenwoordigers van verschillende afdelingen van Coffee Fresh komt minstens eenmaal per kwartaal bijeen. Daarnaast meet Coffee Fresh de klanttevredenheid door elke twee jaar een uitgebreid klanttevredenheidsonderzoek te houden. Eénmaal per kwartaal vindt er een gesprek plaats met onze partners, Coffee Fresh Beaumont BV en KoffiePartners BV. Onze leveranciers worden, mits van toepassing, tijdens gesprekken uitgedaagd om mee te denken over onze duurzame dilemma's.

MVO-beleid geactualiseerd

In 2018 hebben wij ons MVO-beleid geactualiseerd. Als onderdeel daarvan hebben wij toen bekeken welke materiële duurzaamheidsaspecten van invloed zijn op onze bedrijfsvoering. Om de relevante aspecten te identificeren, hebben we verschillende stakeholders gesproken en een groot aantal informatiebronnen geraadpleegd.

Professionalisering middels GRI Standards

In 2019 maakt Coffee Fresh een belangrijke stap in de professionalisering van haar duurzaamheidsverslaggeving. Coffee Fresh rapporteert nu voor het eerst aan de hand van de GRI Standards. In deze richtlijn ligt de focus op materialiteitsbepaling op de impact die de organisatie heeft ten aanzien van materiële onderwerpen. Wij hebben dit uitgangspunt meegenomen in de wijze waarop wij onze materiële thema's hebben vastgesteld en geprioriteerd.

Materialiteitsanalyse

Duurzaamheid is een heel breed begrip, daarom maken we bewust keuzes in de onderwerpen waar we ons op richten. De eerste stap van de materialiteitsanalyse is het in kaart brengen van alle mogelijk relevante onderwerpen in de context voor Coffee Fresh; de zogenaamde "longlist". Voor het opstellen van deze longlist hebben wij gebruik gemaakt van de volgende bronnen:

- strategie van Coffee Fresh;
- dialogen met interne en externe stakeholders;
- trends op het gebied van MVO/ duurzaamheid;
- trends binnen de sector.

De longlist van onderwerpen is vervolgens geprioriteerd. Dit is gedaan door te bepalen hoe vaak elk onderwerp op de longlist terugkwam in verschillende bronnen. Maar ook aan de hand van eigen schatting hoe groot de relatieve impact is die de Coffee Fresh groep met dit onderwerp heeft op haar bedrijfsvoering en omgeving. Er is daarna gekeken naar de relevantie voor stakeholders, daarbij is een score gegeven van het belang van de onderwerpen voor de verschillende stakeholders.



Onze materiële thema's

Het resultaat van de materialiteitsanalyse is een materialiteitsmatrix. De matrix is vastgesteld door de Coffee Fresh MVO projectgroep. Hieruit komt naar voren dat de volgende onderwerpen de hoogste prioriteit hebben voor zowel onze organisatie als onze stakeholders.

klimaat en energie	gezondheid en samenleving	mobiliteit en service	automaten en assortiment	afvalbeheersing
energieneutraal	gezondheid en vitaliteit van medewerkers stimuleren	smart rijden	duurzame automaten	afvalreductie
gasverbruik	bijdragen aan samenleving	excellente service	duurzaam assortiment	recyclebaarheid
			klimaat verpakkingen en design verduurzamen	circulair



Connectiviteitsmatrix

Onderstaande matrix laat zien op welke manier onze MVO pijlers, doelstellingen, materiële thema's, KPI's en SDG's aan elkaar gekoppeld zijn. De 5 MVO pijlers en de bijbehorende thema's vormen een belangrijk onderdeel van onze strategie en ook van dit verslag. Naast de in dit jaarverslag gerapporteerde doelstellingen en KPI's, zijn er andere onderwerpen waar wij een duidelijk beleid op voeren. Ook voor deze thema's hebben wij doelstellingen en KPI's met de bijbehorende SDG's. Hoewel deze thema's een belangrijk onderdeel vormen van onze interne MVO agenda, hebben wij er bewust voor gekozen om ons in dit verslag te focussen op de belangrijkste onderwerpen, die gekozen zijn op basis van onze stakeholdersdialogen en de daaruit volgende materialiteitsmatrix.

MVO pijler	thema	KPI	bereikt 2019	doel 2024	SDG
klimaat en energie	energieverbruik	% energieverbruik t.o.v. 2016	reductie van 2,5 % t.o.v. 2016	100% energieneutraal	7/13
	groene stroom	% gebruik van groene stroom	100%	100%	7/13
	gasverbruik	% gasverbruik t.o.v. 2018	+ 2%	100% gasloos	13
gezondheid en samenleving	gezondheid	opleiding van werknemers over gezondheid en veiligheid op het werk	zie pagina 11	NB	3
	samenleving	percentage werknemers per werknemerscategorie in de diversiteitscategorïën	zie bijlage 2	NB	8/10
mobiliteit en service	logistiek	reductie van CO ₂ -uitstoot per gereden kilometer t.o.v. 2018	-3,6% reductie t.o.v. 2018	reductie van 50% t.o.v. 2018	7/13
	smart rijden	reductie van brandstofverbruik t.o.v. 2018	5% reductie t.o.v. 2018	jaarlijks 5% reductie	7/13
	smart rijden	% van wagenpark is elektrisch	6%	50%	13
automaten en assortiment	automaten	% van automatenassortiment voorzien van energiebesparingsysteem	77%	100%	9
	automaten	% refurbished automaten t.o.v. nieuwe automaten	23%	20%	9
	assortiment	% van gecertificeerde producten, totaal en CF label	19,4% totaal 62% CF label	50% totaal 85% CF label	2/8 12
	assortiment	duurzame verpakkingen CF label	zie pagina 15	NB	8/12
afvalbeheersing	afval	totaalgewicht afval naar type en verwijderingsmethode	zie bijlage 3	NB	14/15
	recycling	Close Future bekerrecycling	zie pagina 18	NB	12
	circulair	% van gerecyclede Brita filters	100%	100%	14/15





Close Future

Wij kijken naar de wereld van vandaag, maar hebben onze blik ook gericht op de toekomst. Deze toekomst is dichterbij dan je denkt, daarom vinden wij het tijd voor duurzaamheid. Wij zijn al jaren aan het werk om onze organisatie te verduurzamen en MVO staat bij ons hoog in het vaandel.

Maatschappelijk Impactvol Ondernemen

MVO gaat van oudsher over de balans tussen people, planet en profit. Het verminderen van de negatieve impact van de onderneming op mens en milieu, op een financieel gezonde manier. Maar wij willen verder gaan dan dat. Daarom richten wij ons steeds meer op MIO, maatschappelijk impactvol ondernemen. Wij proberen te kijken naar maatschappelijke problemen en proberen binnen ons kunnen met behulp van onze business deze op te lossen.

5 pijlers van Close Future

Onze ambitieuze duurzame doelen en activiteiten zijn gebundeld onder de naam Close Future. De basis van Close Future zijn onze MVO-pijlers, dit zijn de bouwstenen van onze duurzame strategie.

Aan deze pijlers hebben wij de materiële thema's gekoppeld, gebaseerd op onze materialiteitsanalyse. Vanzelfsprekend zijn hier ook de prestatie indicatoren aan gekoppeld zodat de voortgang kan worden gemeten. Met de pijlers van Close Future leveren wij een bijdrage aan de realisatie van een aantal Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties. Dit is beschreven in het hoofdstuk: Onze stakeholders en materiële onderwerpen, onder de kop Connectiviteitsmatrix.

In de volgende hoofdstukken van dit jaarverslag zullen wij deze pijlers met bijbehorende doelen beschrijven. Naast onze MVO-pijlers willen wij, door middel van waarde toevoegen en teruggeven, bijdragen aan een duurzame samenleving. Ook dit zullen wij verduidelijken in dit jaarverslag.

De 5 pijlers zijn:

1. klimaat en energie



2. gezondheid en samenleving



3. mobiliteit en service



4. automaten en assortiment



5. afvalbeheersing



Waarde toevoegen

Wij vinden dat wij onze kennis over duurzaamheid niet voor ons zelf moeten houden. Wij willen onze kennis delen. Daarom nemen wij een adviserende rol in omtrent duurzame koffievoorzieningen en delen onze kennis graag online en offline. Daarnaast laten wij ons op verschillende vlakken toetsen en certificeren om ons beleid zichtbaar te maken.



Teruggeven aan de samenleving

Wij vinden dat duurzaamheid bij jezelf begint, de toekomst dichterbij is dan je denkt! Daarom dragen wij een deel van onze omzet af aan de Close Future Foundation om hiermee duurzame initiatieven en projecten te kunnen steunen. Met de Close Future Foundation willen wij bijdragen aan een betere wereld door het steunen van duurzame initiatieven en projecten met een maatschappelijk karakter.





klimaat en energie

In 2019 was er wereldwijd ongekend veel aandacht voor het klimaat. Coffee Fresh vindt het belangrijk om verantwoordelijkheid te nemen en de milieu-impact van onze bedrijfsvoering zoveel mogelijk te verkleinen. Daarbij vinden wij het belangrijk bewust om te gaan met natuurlijke hulpbronnen voor een duurzaam klimaat.

Onze ambitie voor 2024 is duidelijk, wij willen dan zo duurzaam mogelijk zijn. Met name op het gebied van het gebruik van natuurlijke hulpbronnen, zoals gas, kunnen wij de aankomende jaren flink stappen maken. Energieneutraal en gasvrij is dan ook een vereiste voor onze nieuwbouw in Velp. De duurzame nieuwbouw zal in 2021 ons hoofdkantoor in Drempt vervangen. Tot die tijd werken wij aan het verminderen van ons energie- en gasverbruik. Door zelf te kunnen voorzien in onze energiebehoefte kunnen wij bijdragen aan een beter klimaat. Daarnaast is digitalisering een belangrijke ontwikkeling binnen onze bedrijfsvoering. Wij werken hard aan het digitaliseren van ons bedrijf om er voor te zorgen dat het gebruik van papier afneemt. Digitalisering draagt daarnaast bij aan efficiëntie binnen onze organisatie. Onze ambitie is om in 2024 waar kan digitaal te werken. Wij hebben dan ook als doelstelling om in 2024 100% van onze facturen en aanmaningen digitaal te versturen.

Bewustwording binnen onze organisatie

Wij maken onze medewerkers bewust van het energieverbruik en stimuleren elkaar om bijvoorbeeld het licht uit te doen. Daarnaast plaatsen wij waar mogelijk verlichtings-sensoren om bij te dragen aan een vermindering van ons energieverbruik.

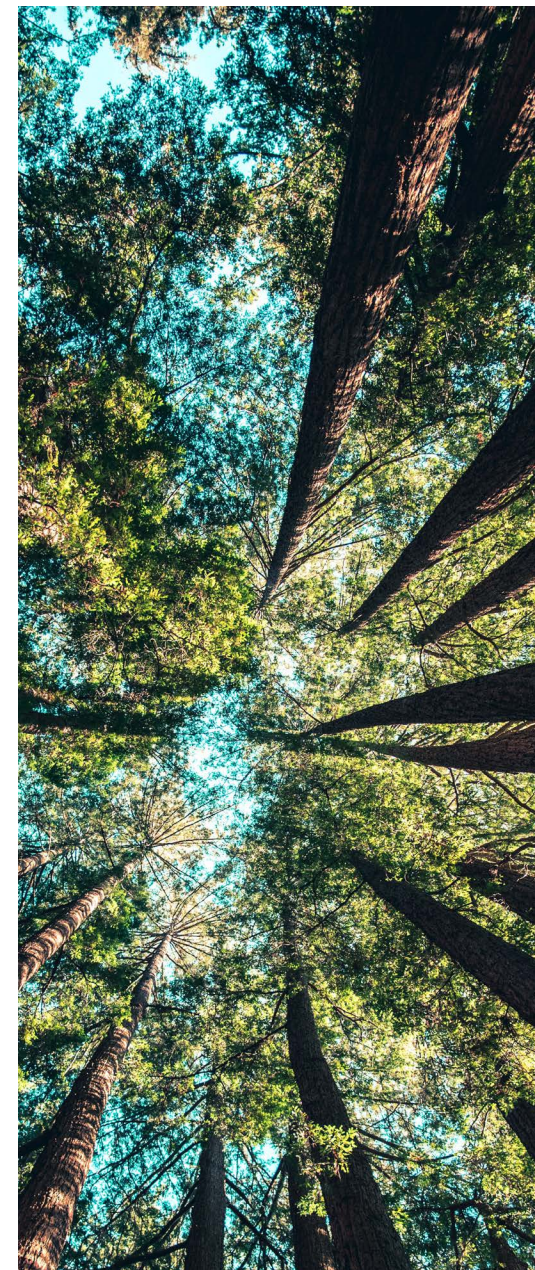
Wij hebben het doel om ons waterverbruik

waar mogelijk te verminderen. Wij proberen bewust om te gaan met water en waar mogelijk installeren wij waterbesparende kranen. Wij hebben in 2019 extra aandacht besteed aan ons waterverbruik om de toename te verminderen.

Extra aandacht voor digitalisering

Wij vinden het belangrijk dat er jaarlijks aandacht wordt besteed aan digitalisering, zowel intern als extern. In 2019 hebben wij ons minder printen beleid extra aandacht gegeven. Om dit beleid te ondersteunen zijn er extra beeldschermen aangeschaft om alle commerciële werkplekken te voorzien van een tweede beeldscherm. Een tweede beeldscherm maakt het voor onze medewerkers mogelijk om tegelijkertijd twee verschillende bestanden of programma's te zien waardoor printen niet meer nodig is.

Wij vinden het belangrijk dat ook onze klanten een bijdrage leveren aan een betere wereld. Daarom houden wij jaarlijks een digitaal-facturerings-campagne. Op deze manier moedigen wij onze klanten aan om net als wij een stap te maken richting een meer digitale bedrijfsvoering. Dit zorgt jaarlijks voor een afname in papieren facturen en de daarbij komende handelingen. De groep klanten die nog geen digitale facturatie mogelijkheden hebben blijven wij aanmoedigen door onze terugkomende campagne.





gezondheid en samenleving

Coffee Fresh vult op werkdagen dagelijks 400.000 kopjes koffie. Daarnaast worden nog heel veel andere producten uit ons assortiment genuttigd. Hoewel onze klanten natuurlijk zelf beslissen welke producten worden gebruikt, vinden wij het onze verantwoordelijkheid om een bijdrage te leveren aan een gezondere levensstijl van onze koffiedrinkers en onze medewerkers. Verder vinden wij dat een betere wereld en samenleving begint bij onszelf en willen wij een bijdrage leveren aan de wereld om ons heen.

Wij maken bewuste keuzes om de gezondheid en vitaliteit van onze medewerkers en klanten te stimuleren. Het is ons doel om klanten en medewerkers waar wij kunnen te helpen bewuster te eten, drinken en leven. Dit doen we met ons grote assortiment in gezonde producten en door te informeren over gezondere keuzes. Tevens hebben wij de ambitie om de vitaliteit en gezondheid van onze medewerkers te ondersteunen door de arbeidsomstandigheden te verbeteren en een actieve levensstijl te stimuleren.

Een duurzame betere wereld begint bij onszelf, met die gedachte is Close Future ontstaan. En vanuit die gedachte zijn wij ook verder gegaan. Daarom dragen wij een deel van onze omzet af aan de Close Future Foundation om hiermee duurzame initiatieven en projecten te kunnen steunen. Met de Close Future Foundation willen wij bijdragen aan een betere wereld door het steunen van duurzame initiatieven en projecten met een maatschappelijk karakter.

Trede 3 op de PSO ladder

Met trots mogen wij zeggen dat wij in 2019 Trede 3 op de Prestatieladder Socialer Ondernemen (PSO) hebben bereikt. Wij zetten ons al jarenlang in voor goede werkgelegenheid voor mensen met een

afstand tot de arbeidsmarkt. Dit sociaal ondernemerschap is nu officieel erkend met een PSO-certificaat. Onze organisatie staat op de PSO-Prestatieladder op Trede 3. Dat betekent dat we koploper zijn als het gaat om werkgelegenheid voor mensen met een kwetsbare arbeidspositie. Er zijn bij ons nu (in)direct meer mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt werkzaam, dan bij organisaties in dezelfde grootteklasse. Het certificaat dat we hebben ontvangen heeft een geldigheidsduur van 2 jaar. Uiteraard streven we ernaar om in Trede 3 te blijven door ons te blijven inzetten voor mensen met een kwetsbare arbeidsmarktpositie en zowel onszelf, als onze leveranciers, te stimuleren om sociaal te ondernemen.

Werkplek instructie

Om de arbeidsomstandigheden binnen onze organisatie te verbeteren hebben wij ons volledige bedrijf een persoonlijke werkplek instructie gegeven. Tijdens deze instructie legde een fysiotherapeut alles uit met betrekking tot het juist instellen van het bureau, de computerschermen en de bureaustoel, zodat onze medewerkers op kantoor op correcte wijze hun dagelijkse handelingen kunnen uitvoeren. Ook voor onze medewerkers in de werkplaats, magazijn, vrachtwagens of operatorauto's zijn er instructies gegeven. Hierdoor kunnen

al onze medewerkers op een veilige en gezonde manier hun werkzaamheden uitvoeren.





gezondheid en samenleving

Gezonde kantine

Om een gezondere levensstijl te stimuleren bieden wij sinds 2019 onze medewerkers gratis fruit aan. Deze gezonde optie zorgt ervoor dat onze medewerkers bewustere keuzes maken met betrekking tot hun eetpatroon. Wij zien dat de fruitbox aan het einde van de week altijd leeg is, wat ons doet inzien dat deze sociale actie erg wordt gewaardeerd. Natuurlijk kopen wij deze fruitbox bij een lokale fruithandelaar om op deze manier een bijdrage te leveren aan de lokale ondernemers in de buurt.

Sponsoring van de Keppelrun

Voor het tweede jaar op rij hebben wij de Keppelrun in Hoog Keppel gesponsord. Wij vinden het erg belangrijk dat onze klanten, medewerkers en anderen kunnen genieten van een sportevenement. Coffee Fresh wil, door middel van een gezellige hardloopwedstrijd, ook bijdragen aan een gezonde leefstijl. Kinderen op de basisscholen werden enthousiast gemaakt om een rondje hard te lopen. Enkele sponsors, waaronder Coffee Fresh boden hun medewerkers de gelegenheid deel te nemen aan de Keppelrun, individueel of in teamverband. Deze bedrijven zien het belang van meer bewegen en samen sporten, waardoor beter wordt gepresteerd op de werkplek.





mobiliteit en service

Mobiliteit en service zijn belangrijke onderdelen van onze organisatie. Hoewel onze organisatie draait om koffie, is het vervoeren van de koffie en aanverwante producten van groot belang voor het behoud van onze business. Daarbij is service een belangrijk en onderscheidend kenmerk van Coffee Fresh. Wij zijn al jaren de snelste in de markt qua serviceverlening en kunnen dit ook aantonen met onze responstijden. Maar natuurlijk hebben al deze vervoersbewegingen ook effect op het klimaat. Wij maken daarom bewuste keuzes om onze mobiliteit en service op een duurzame wijze te verbeteren.

Wij hebben niet de ambitie de grootste koffieleverancier voor op het werk te zijn, maar wij willen wel de groene koploper worden. Net als met onze dienstverlening zeggen wij over duurzaamheid "wij maken waar wat wij beloven". Wij willen onze logistiek zo duurzaam mogelijk maken, dat doen wij door bewust te rijden maar ook door ons verzendproces te verduurzamen. Daarbij proberen wij altijd te kijken naar de meest duurzame oplossing die past bij onze klantgerichte en kostenbewuste organisatie.

Wij zijn erg bewust van het feit dat de groei van ons bedrijf onlosmakelijk verbonden is met de stijging van het aantal gereden kilometers. Onze ambitie is dan ook niet gericht op het minder rijden, maar op "smart logistiek". Met smart logistiek kunnen wij onze CO₂-uitstoot verminderen en wordt er brandstof bespaard.

Elektrische rijden voor de toekomst

In 2019 is ons elektrisch wagenpark verder uitgebreid, dat maakt dat 6% van ons wagenpark eind 2019 elektrisch is. Ons doel is om in 2024 de helft van ons wagenpark elektrisch te laten rijden, daarom is het voor ons belangrijk om te blijven kijken naar de ontwikkelingen en innovaties op het gebied van elektrisch rijden. Daarom

zijn wij begonnen met een studie naar de mogelijkheden voor de uitbreiding van ons elektrische wagenpark. Deze studie zal met name informatie verzamelen over elektrische bedrijfswagens en vrachtwagens.

Brandstofbesparing

Ondanks dat wij in 2019 meer kilometers hebben gereden is ons brandstofverbruik per gereden kilometer verminderd. Dit is grotendeels te danken aan onze uitbreiding van elektrische auto's. Echter zien wij dat onze medewerkers zuinigere kilometers maken met de bedrijfsauto's. Wij wijden dit met name aan de inzage in rijgedrag en brandstofverbruik die wij onze medewerkers jaarlijks geven.

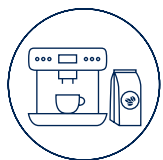
CO₂-uitstoot ontwikkeling

Meer kilometers en meer auto's heeft wel als nadelig gevolg dat er meer CO₂-uitstoot heeft plaatsgevonden. Dit vinden wij een zorgelijke ontwikkeling en werken dan ook hard om dit te verbeteren. Echter zien wij als bedrijf geen toegevoegde waarde in het afkopen van onze CO₂-uitstoot. Als wij echt een verschil willen maken vinden wij dat wij hier een goede oplossing voor moeten hebben. Daarom zal het verminderen van CO₂-uitstoot onverminderd hoog op onze ambitieslijst blijven staan.

Logistieke krachten bundelen

De transportstrategie waarbij Coffee Fresh de balans tussen het zelf uitvoeren van ritten en het uitbesteden van leveringen optimaliseert heeft sinds 2019 een flink stap in de goede richting genomen. Naast DHL is ook Visser Duiven toegevoegd aan onze externe leveranciers. Dit maakt het mogelijk om zowel kleine bestellingen als pallets te kunnen leveren bij onze klanten. Door gebruik te maken van de vervoersbewegingen en kracht van deze externe partijen kunnen wij onze gehele logistiek optimaliseren. Op die manier werken wij samen toe naar een slimmere maar vooral duurzamere manier van transporteren.





automaten en assortiment

Door de jaren heen zien wij een enorme toename in de vraag naar producten met een goede afkomst. Maar zolang het onduidelijk is waar producten vandaan komen, is het onmogelijk om deze afkomst te garanderen. Dat kan anders vinden wij, daarom werken wij hard aan het transparanter maken van de keten. Van land naar klant noemen wij dat, oftewel inzicht geven in de weg die onze producten afleggen.

Wij maken bewuste keuzes om onze producten maatschappelijk verantwoord in te kopen en een actieve duurzame ketenpartner te zijn. Wij streven naar een duurzaam assortiment, met name voor onze twee belangrijkste productcategorieën: koffie en thee. We zetten vooral in op transparantie van de ketens van koffie en thee, maar we maken ook duidelijke afspraken met onze leveranciers van andere producten en onze automaten. Op die manier gaan wij voor een zo transparant mogelijke samenwerking in de gehele keten.

Duurzame koffieautomaten

Wij streven naar een 100% energiezuinig automatenassortiment. Door een nieuwe berekening zijn de cijfers van vorig jaar niet te vergelijken met de van 2019. Daarom gebruiken wij 2019 als nulmeting voor de toekomstige berekeningen van ons energiezuinige automatenassortiment. In 2019 was 77% van onze automaten voorzien van een energiebesparingsstand. Hoewel wij zelf geen automaten produceren zijn wij bewust van onze positie in de keten en dagen wij onze leveranciers uit om samen te kijken naar energiebesparingsmogelijkheden. Daarbij toetsen wij onze leveranciers aan de hand van een gedragscode om op deze manier de gehele keten te verbeteren.

Refurbished automaten

Waar koffiemachines voorheen werden afgeschreven na de eerste contractperiode, geven wij de koffiemachines een tweede leven. Refurbished koffieautomaten zijn eerder in "gebruik" geweest, maar dankzij een totale technische opknopbeurt van onze experts zijn de koffieautomaten weer als nieuw. Wij zien de vraag naar refurbished koffieautomaten jaarlijks groeien, 23% van alle koffieautomaten die wij in 2019 hebben geplaatst was een occasion. Dat is in vergelijking met de 20% van 2018 een mooie groei.

Duurzaam productassortiment

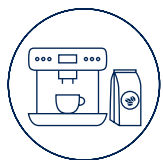
Een duurzaam assortiment is voor ons vanzelfsprekend. Door verantwoord inkopen en het toetsen van onze leveranciers wordt ons productassortiment steeds duurzamer en kunnen wij onze klanten een duurzaam assortiment bieden. Op dit moment bedoelen wij met de term "duurzaam product" producten die voorzien zijn van een keurmerk. In de toekomst kan het zijn dat deze definitie wordt aangepast naar de dan geldende standaarden.

	totaal	CF label
totale assortiment	19%	62%
koffie	60%	95%
thee	68%	50%

Oorsprong van onze koffie

Het certificeren van koffie is voor ons een standaard, al jaren is 95% van onze Coffee Fresh koffie gecertificeerd. Door het duidelijk communiceren wat de keurmerken inhouden geven wij onze klanten een beter inzicht in de achtergrond van het product. Maar wij willen verder gaan, daarom hebben wij in 2019 een project gelanceerd om de koffieketen transparanter te maken. Sindsdien zijn wij bezig met het achterhalen van de oorsprong van onze koffie en het verhaal achter koffie te delen met onze klanten. In 2019 zijn daar onze smaakprofielen uit voortgekomen, deze one-pagers geven een beter beeld van de oorsprong en smaak van onze koffie. In 2020 willen wij de volgende stap maken door terug te gaan naar de boer en het verhaal van onze koffie te vertellen.





automaten en assortiment

Close Future logo

In 2019 zijn wij begonnen met het markeren van duurzame producten door het gebruik van Close Future. Ons Close Future logo is voor onze klanten een herkenningsteken dat zij gebruik maken van een duurzaam product. Om te voorkomen dat al bestaande verpakkingen, folies of dozen zonder het te gebruiken bij het afval terecht komen is er voor gekozen om een product pas te voorzien



van het Close Future logo als er een nieuwe druk plaatsvindt. Dat maakt dat onze producten over de tijd heen langzaam worden voorzien van het logo.

Duurzaam design

De vormgeving van alle visuele aspecten binnen onze organisatie wordt door onze eigen marketing en development afdeling ontwikkeld. Door de kennis en ervaring van onze inhouse-experts kunnen wij op snelle en efficiënte wijze onze Coffee Fresh producten verduurzamen. Zo hebben wij vorig jaar, met het oog op duurzaamheid, het design van onze koffiebekers vernieuwd. Met dit vernieuwde design willen wij hergebruik stimuleren. Er is ruimte om je naam op te schrijven en te noteren wat je drinkt. Dit is een eenvoudige manier om hergebruik tijdens de volgende koffieronde te stimuleren en het verbruik te beperken. Met de komst van 2 nieuwe formaten bekere is ons Coffee Fresh kartonnen beker assortiment compleet en duurzamer. Daarnaast hebben wij een groot aantal omdozen van onze producten voorzien van zowel een Close Future als van het FSC mixed logo. Onze dozen waren al gemaakt

van FSC karton maar wij vinden het erg belangrijk dit ook uit te dragen.

- 1** schrijf je naam op je beker

- 2** gebruik deze beker meerdere keren

- 3** gooi de gebruikte lege beker in de speciaal daarvoor bestemde afvalbak






afvalbeheersing

De Nederlandse overheid zet sterk in op een transitie naar een circulaire economie waarin grondstoffen veel beter hergebruikt worden. Ook wij werken aan het optimaliseren van afvalscheiding en hergebruik binnen onze eigen organisatie. Wij willen ons afval reduceren en uiteindelijk tot een minimum beperken.

Wij willen onze afvalstromen beheersen en voeren daarom een actief beleid op afvalscheiding. Hierdoor krijgen wij meer grip op de hoeveelheid restafval en is het mogelijk om onze hoeveelheid afval te verminderen. Het reduceren van afval is groot onderdeel van Close Future, het is daarom van belang om te kijken naar mogelijkheden om dit te bewerkstelligen. Daarnaast nemen wij een adviserende rol in om onze klanten te helpen bij hun uitdagingen als het gaat om afval dat ontstaat door onze producten en diensten.

Afvalscheidingsmodules op onze locaties

De afgelopen jaren besteden wij veel aandacht aan het optimaliseren van ons afval recycle-programma. Wij zijn afval op onze kantoren steeds beter gaan scheiden en proberen bewustzijn te creëren binnen ons bedrijf over het omgaan met afval. Wij scheiden ons papier, bekers, PDM, GFT en restafval. Wij willen dit continueren en natuurlijk waar mogelijk verbeteren.

Minder restafval door betere afvalscheiding

Als koffie- en totaalleverancier kunnen wij niet geheel voorkomen dat er afval ontstaat, maar wij kunnen wel zorgen dat dit afval zo goed mogelijk wordt gescheiden, zodat recycling mogelijk is. In het magazijn worden dan ook een flink aantal afvalstromen gescheiden, zoals waterfilters, hout en verpakkingsmaterialen. Na de plaatsing en

installatie van een nieuwe koffieautomaat nemen wij ons eigen afval mee terug naar ons centrale magazijn, zodat alle materialen op de juiste wijze kunnen worden gescheiden. In ons magazijn maken speciale persen het papier en plastic klaar voor hergebruik.

Plasticvrije kantine

Alle locaties van Coffee Fresh zijn in 2019 vrij gemaakt van wegwerp plastic, denk hierbij aan plastic bestek, borden en bekers. Met onze plasticvrije kantine maken wij een flinke stap richting duurzaamheid. Zo hebben wij minder plastic afval en maken wij tegelijkertijd onze medewerkers nog bewuster van het gebruik van plastic.

Minder single-use plastic aanbieden

Met het oog op het verbod op single-use plastic in de Europese Unie in 2021 kijken wij naar alternatieven voor een aantal van onze producten. Onze plastic roerstaafjes worden daarom minder aangeboden en zullen langzaam verdwijnen uit ons assortiment. Met houten roerstaafjes gemaakt van FSC gecertificeerd hout of onze kraftpapieren roerstaafjes gemaakt van FSC-mixed papier kunnen onze klanten met een gerust hart door hun koffie roeren.

Inspiratie voor bezoekende klanten

Wij vinden dat wij als koffieleverancier op veel vlakken een adviserende rol in moeten

nemen. Daarom helpen wij onze klanten bij hun uitdagingen als het gaat om afval dat ontstaat door onze producten en diensten. Wij nemen onze klanten dan ook graag mee door ons bedrijf om tijdens de rondleiding te kunnen vertellen hoe wij middels afvalscheiding duurzamer zijn geworden. Met onze kennis en producten hopen wij onze klanten te kunnen inspireren en waar mogelijk te verduurzamen.

Close Future bekerrecycling

Eén van de belangrijkste productinnovaties van het afgelopen jaar is het Close Future bekerrecycling concept. Wij hebben 2 soorten bekers, beide type bekers worden gemaakt van FSC-karton en zijn CO₂-neutraal geproduceerd. Het verschil zit hem in de verwerking na gebruik. Onze Close Future bekers zijn recyclebaar tot hygiëne papier en onze Close Future bio bekers worden vergist tot biogas en compost. Zelf maken wij gebruik van onze eigen Close Future bekers, die na meermaals gebruik worden verzameld in de speciale afvalbak. Na gebruik worden de bekers opgehaald, waarna de PE-coating van het karton wordt gescheiden. Het karton wordt vervolgens hergebruikt als nieuwe grondstof voor hygiëne papier zoals wc-papier en tissues.

30% minder bekers verbruikt

Door alle bekers in onze organisatie te vervangen door Close Future bekers hebben wij nog maar één bekerafvalstroom in plaats van meerdere. In 2019 hebben wij 9 dozen Close Future bekers laten verwerken





afvalbeheersing

tot hygiëne papier. Concreet is dat 45 kilo minder restafval. Door het hergebruik van de bekertjes hebben onze medewerkers 30% minder bekertjes verbruikt in 2019.

Ook klanten stappen over op Close Future bekerrecycling

Onze eigen ervaring maakt het nog gemakkelijker om onze klanten ook enthousiast te krijgen voor Close Future bekerrecycling. In 2019 zijn veel klanten overgestapt op Close Future bekerrecycling, dit is een mooie stap richting een duurzame toekomst. Ook de aankomende jaren willen wij meer klanten enthousiast maken en laten overstappen naar dit all-in bekerrecycling concept.

Verpakkingen verbeteren

Hoewel wij geen productiebedrijf zijn, vinden wij het wel belangrijk om onze eigen producten zo duurzaam mogelijk te laten verpakken. Samen met onze leveranciers kijken wij naar de mogelijkheden om onze producten zo duurzaam mogelijk te verpakken. Wij werken daarnaast hard aan het inzichtelijk maken van de wijze waarop onze verpakkingen moeten worden gescheiden. In de toekomst zullen wij ook nadrukkelijker werken aan de recycling van het verpakkingsmateriaal van onze eigen merk producten.

Producten schenken

Wij zien verspilling als waarde vernietiging. Om dit tegen te gaan, proberen we te grote inkoop tot een minimum te beperken. Mochten producten richting de uiterste

houdbaarheidsdatum gaan zorgen we dat deze een goede bestemming krijgen, bijvoorbeeld via schenkingen.

Van Brita waterfilter tot tuinstoel

Gedurende een onderhoudsbeurt van de koffieautomaat wordt in veel gevallen de gebruikte filter door de monteur vervangen. De gebruikte filters worden in ons magazijn verzameld om eenmaal per kwartaal vervoerd te worden naar de fabriek waar de filters worden gerecycled. Tijdens de recycling wordt het plastic gebruikt om bijvoorbeeld tuinmeubilair van te maken, andere onderdelen worden gebruikt in nieuwe BRITA filters. De koolstof wordt gescheiden en gebruikt in non-food toepassingen. In 2019 werden 4640 filters volledig gerecycled. Dit is een toename van 33% ten opzichte van 2018.

Cijfers steeds transparanter

Wij willen meer en meer stappen maken op het gebied van duurzaamheid en circulaire economie. Afvalmanagement is daarom een belangrijk onderdeel van ons duurzaamheidsbeleid. Wij geven daarom ook graag meer inzicht in ons afval en maken onze cijfers transparanter. In bijlage 3 geven wij een overzicht van onze kilo's afval. Omdat wij dit nog nooit eerder zo inzichtelijk hebben gemaakt is dit voor ons een nulmeting. Vanaf nu kunnen wij elk jaar meer informatie geven over ons afvalbeleid en dit verder optimaliseren.





waarde toevoegen

De basis van Close Future zijn onze MVO-pijlers, maar er is meer. Door de jaren heen hebben wij hard gewerkt aan een duurzame organisatie. Tijdens dit proces hebben wij veel kennis opgedaan die wij graag delen. Wij zien het als onze taak om een adviserende rol in te nemen als het gaat om duurzame koffievoorzieningen. Daarnaast delen wij op actieve wijze onze kennis over koffie en duurzaamheid tijdens onze persoonlijke gesprekken en op onze online kanalen.

Zichtbaar maken van MVO- en duurzaamheidsbeleid

Het zichtbaar maken van ons MVO- en duurzaamheidsbeleid is een belangrijk punt geworden de laatste jaren. Wij zien onszelf als een schakel in de keten en hopen met ons enthousiasme zowel onze klanten en koffiedrinkers als onze leveranciers te inspireren en motiveren ook duurzamer te ondernemen. Daarom proberen wij ons MVO- en duurzaamheidsbeleid duidelijk, simpel en transparant te maken. Zodat iedereen in de keten kan zien waar wij voor staan en in geloven. Op die manier denken wij samen een duurzame toekomst tegemoet te gaan.

MVO Nederland partner



Coffee Fresh is vanaf 2016 officieel aangesloten bij MVO Nederland. Met de ondertekening van het manifest van MVO

Nederland onderschrijft Coffee Fresh o.a. de volgende uitgangspunten:

- Bij alle bedrijfsbeslissingen streven wij naar een zorgvuldige balans tussen people, planet en profit.
- Wij streven naar een zo klein mogelijke ecologische voetafdruk. Dit doen wij door o.a. de milieubelasting, het energiegebruik en de CO₂-uitstoot zo veel als kan te reduceren, en waar

- mogelijk volledig schoon te produceren.
- Wij bevorderen de vitaliteit, inzetbaarheid en ontwikkeling van onze medewerkers. En wij streven in onze personeelssamenstelling naar diversiteit in geslacht, herkomst, cultuur en leeftijd. Wij creëren kansen voor groepen die het op de arbeidsmarkt moeilijk hebben.
- Wij letten bij het inkopen van producten en diensten sterk op de sociale en milieu aspecten die bij de productie, het transport en het gebruik een belangrijke rol spelen en maken daarover afspraken met onze leveranciers en afnemers.
- Wij zoeken voortdurend naar nieuwe kansen op het gebied van duurzame producten en diensten.

PSO ladder



Al jaren bieden wij werkgelegenheid aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en wij werken bij voorkeur samen met organisaties die dit ook doen of nastreven. Op deze duurzame wijze willen wij een maximale bijdrage leveren op het gebied van sociaal ondernemen. Met succes hebben wij trede 3 van de Prestatieladder Socialer Ondernemen weten te bereiken. Dat betekent dat uit de onafhankelijke toetsing door een certificerende instelling blijkt dat Coffee Fresh op een kwalitatief goede wijze

werkgelegenheid biedt aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Deze hoogst haalbare trede is een belangrijke erkenning voor ons sociale werkgeverschap.

ISO certificering



Coffee Fresh beschikt over het certificaat ISO 9001:2015 en ISO 14001:2015. Wij voldoen hiermee aan de

norm voor kwaliteitsmanagement. Juist omdat wij maatschappelijk verantwoord willen ondernemen borgen wij deze kwaliteitsdoelstellingen. In de praktijk houdt dit in dat we dagelijks bezig zijn met het verbeteren van diensten en producten, zowel intern als naar onze klanten.

Kennis delen



Coffee Fresh adviseert en ondersteunt haar klanten op het gebied van een duurzame koffievoorziening. Wij delen actief

onze kennis omtrent het verduurzamen van de koffievoorziening. Wij hebben een actieve rol om onze klanten te helpen bij het maken van duurzame facilitaire keuzes. Met behulp van heldere communicatie hopen wij anderen enthousiast te maken, te inspireren en motiveren op het gebied van duurzaamheid. Close Future is daar een goed voorbeeld van. Door alle duurzame doelen en activiteiten te bundelen onder de naam Close Future, zorgen wij voor een transparante communicatie omtrent duurzaamheid.





teruggeven aan de samenleving

Wij vinden dat duurzaamheid bij jezelf begint, de toekomst is dichterbij dan je denkt! Daarom dragen wij een deel van onze omzet af aan de Coffee Fresh Foundation om hiermee duurzame initiatieven en projecten te kunnen steunen. Met de Coffee Fresh Foundation willen wij bijdragen aan een betere wereld door het steunen van duurzame initiatieven en projecten met een maatschappelijk karakter.

Close Future, the Coffee Fresh Foundation

Het ontstaan van Close Future heeft ook de mogelijkheid gecreëerd om onze inspanningen voor een duurzame samenleving te verenigen onder één paraplu. Nadat wij jarenlang verschillende organisaties en initiatieven hebben gesteund vonden wij het tijd om zelfstandig een stichting op te richten.

In 2019 hebben wij hard gewerkt om Stichting Close Future, the Coffee Fresh Foundation, op te richten. Daarbij vonden wij het erg belangrijk dat er een goede samenhang is tussen het gedachtegoed van Coffee Fresh alsmede het doel van de Stichting. Om het in officiële woorden te benoemen:

“De Stichting heeft als doel middels een financiële bijdrage ondersteuning bieden aan initiatieven op het gebied van duurzaamheid, alsook initiatieven met een maatschappelijk belang die bijdragen aan een betere wereld en samenleving. Alsmede het delen van kennis omtrent de mogelijkheden tot het verduurzamen van facilitaire dienstverlening, en voorts al wat hiermee rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn.”

Met deze zelfstandige stichting wordt beoogd om meer nadruk te leggen op duurzaamheid

in de samenleving. Wij hechten niet alleen waarde aan duurzaamheid in de gehele koffieketen, maar willen met ons enthousiasme een positieve invloed hebben op een duurzame koffiedrinkende samenleving. Close Future, the Coffee Fresh Foundation, wordt opgericht als een fondsverstrekende ANBI stichting, wat betekent dat er financiële middelen worden ingezameld met als doel hiermee verschillende duurzaamheidsprojecten te ondersteunen.





Sustainable Development Goals

In 2016 tekenden de Verenigde Naties een pakket van zeventien doelstellingen ten behoeve van duurzame ontwikkeling tot 2030. Iedere regering is verantwoordelijk voor de vertaling van mondiale SDG's naar nationale SDG's. Onderstaande tien SDG's sluiten het meeste aan op ons duurzaamheidsbeleid Close Future.

Borging

Deze SDG's zijn gekoppeld aan de concrete actiepunten die bijdragen aan het behalen van onze doelstellingen voor 2024. Hiermee zijn de SDG's geborgd in Close Future.



afvalbeheersing

- Door betere afvalscheiding bijdragen aan een vermindering van restafval.
- Door specialistische verwerking van kartonnen bekertjes bijdragen aan een vermindering van restafval.
- Door afvalscheiding en waar mogelijk recycling vervuiling van zee en land verminderen.
- Door bewust te kiezen voor duurzame grondstoffen bijdragen aan bescherming, herstel en bevordering van ecosystemen.

automaten en assortiment

- Door bewustwording bijdragen aan een gezond voedingspatroon voor alle leeftijden.
- Door bewust inkopen van duurzame producten bijdragen aan economische groei in landen van herkomst.
- Door hergebruik te stimuleren bijdragen aan een vermindering van restafval.

klimaat en energie

- Reduceren van waterverbruik.

- Gebruik maken van 100% groene stroom en stappen zetten in richting van zelf opwekken.
- Door bewustwording en reductie bijdragen een tegengaan van klimaatverandering.
- Gebruik maken van papier van duurzame bossen om ontbossing tegen te gaan.

gezondheid en samenleving

- Onze medewerkers en klanten stimuleren om gezonder te leven.
- Werkgelegenheid bieden aan mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt.
- Gelijke kansen creëren op werkgebied ongeacht afkomst, geslacht, leeftijd of handicap.
- Door bewustwording bijdragen aan gezonde en duurzame consumptiepatronen.

mobiliteit en service

- Reduceren van CO₂-uitstoot.
- Reduceren van brandstofverbruik.
- Door bewustwording bijdragen aan impactvermindering van onze logistieke dienstverlening.



2 Geen honger

Beëindig honger, bereik voedselzekerheid en verbeterde voeding en promoot duurzame landbouw.



3 Goede gezondheid en welzijn

Verzeker een goede gezondheid en promoot welvaart voor alle leeftijden.



6 Schoon water en sanitair

Verzeker toegang tot duurzaam beheer van water en sanitatie voor iedereen



7 Betaalbare en duurzame energie

Verzeker toegang tot betaalbare, betrouwbare, duurzame en moderne energie voor iedereen.



8 Eerlijk werk en economische groei

Bevorder aanhoudende, inclusieve, en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen.



10 Ongelijkheid verminderen

Dring ongelijkheid in en tussen landen terug.



12 Verantwoorde consumptie en productie

Verzeker duurzame consumptie-, en productiepatronen



13 Klimaatactie

Neem dringend actie om klimaatverandering en haar impact te bestrijden.



14 Leven in het water

Behoud en maak duurzaam gebruik van de oceanen, de zeeën en maritieme hulpbronnen.



15 Leven op het land

Bescherm, herstel en bevorder het duurzaam gebruik van ecosystemen, beheer bossen duurzaam, bestrijd woestijnvorming en landdegradatie en draai het terug en roep het verlies aan biodiversiteit een halt toe.





Voor de toekomst

Met dit rapport doen wij verslag van onze MVO-inspanningen in 2019. De beschrijvingen van de materiele thema's en de daarbij horende activiteiten geven een mooi overzicht van onze resultaten van het afgelopen jaar. Maar wij kijken ook naar de toekomst. De aankomende jaren gaan wij verder werken aan onze gestelde doelen voor 2024. Daarom kijken wij in dit jaarverslag graag vooruit naar het komende jaar.

Belang van duurzaamheid

Koffiedrinkend Nederland wil meer. Wij zien een trend waarin koffiedrinkers op zoek zijn naar duurzaamheid in de keten. Dat betekent van begin tot eind een duurzaam proces. Om dit te genereren is er transparantie nodig, in elke schakel van de keten. Wij zijn één van deze schakels en vinden het belangrijk dat wij een eerlijk en transparant verhaal vertellen over duurzaamheid. Daarom blijven wij ons inzetten voor meer transparantie in de keten. Zo gaan wij voor een duurzamere toekomst.

Kritisch op duurzaamheidsclaims

Wij zien een toenemende vraag naar de uitleg rondom de certificeringen. Daarom verwachten wij dat in 2020 meer nadruk komt te liggen op wat de verschillende koffie certificeringen inhouden. Hoewel consumenten vaak denken dat als er een keurmerk op de verpakking staat het automatisch een goed product is, zijn er wel degelijk verschillen in keurmerken. Wij besteden hier veel aandacht aan en vinden het belangrijk dat onze klanten weten wat de keurmerken inhouden. Wij zijn en blijven kritisch op duurzaamheidsclaims en proberen samen met onze klanten en leveranciers de wereld van duurzame koffie en thee zo inzichtelijk mogelijk te maken.

Van MVO naar MIO

Hoewel veel bedrijven het hebben over duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen, maken wij een stap richting MIO, maatschappelijk impactvol ondernemen. Bij maatschappelijk impactvol ondernemen los je daadwerkelijk problemen op door er een business model aan te verbinden. Wij vinden het belangrijk dat wij echt impact maken en zoeken daarom naar heldere mogelijkheden om duurzaamheidsvraagstukken op te lossen. Wij verwachten in 2020 dat meer bedrijven aandacht gaan besteden aan MIO, maatschappelijk impactvol ondernemen.



Over dit verslag

Informatieverzameling

Voor de dataverzameling worden relevante afdelingen benaderd waarbij de MVO-werkgroep de kwaliteit waarborgt. De resultaten over 2018 zijn te lezen in het MVO jaarverslag 2018, gepubliceerd op 22 juli 2019. Berekeningen of data in dat verslag zijn niet gewijzigd.

Verandering in verslaglegging

Onze verslaglegging met betrekking tot duurzaamheid heeft in 2018 al een flinke professionaliseringsslag gemaakt. In 2019 gaan wij wederom een stap richting professionalisering zetten. Voorgaande jaren schreven we dit verslag nog naar eigen inzicht, maar vanaf 2019 houden wij de richtlijnen van het Global Reporting Initiative (GRI) aan. Hiermee proberen wij informatie die relevant kan zijn voor belanghebbenden te zoeken, te structureren en duidelijk te presenteren. Dit jaarverslag hebben wij dus op een nieuwe wijze ontwikkeld, om onze medewerkers, klanten en geïnteresseerden een helder en transparant beeld te geven van onze organisatie en ons duurzaamheidsbeleid. Dit verslag is opgesteld volgens de richtlijnen van het Global Reporting Initiative (GRI) en voldoet aan GRI Standards niveau core. Achterin dit jaarverslag vind je de GRI Content Index met daarin verwijzingen waar je de resultaten in dit duurzaamheidsverslag 2019 terugvindt.

Reikwijdte

Het heeft betrekking op de periode 1 januari 2019 tot en met 31 december 2019. De

reikwijdte en afbakening van de inhoud zijn gebaseerd op de 5 MVO pijlers van ons Close Future duurzaamheidsbeleid. Dit verslag betreft de activiteiten van Coffee Fresh Westhoff Group b.v. in het jaar 2019, tenzij anders is aangegeven. Het verslag is getoetst door de organisatie zelf en niet door externen geverifieerd.



bijlage 1- GRI content index

GRI 102 - Algemene informatievoorziening

Organisatieprofiel		Verwijzing
102-1	Naam van de organisatie	Pagina 4
102-2	Activiteiten, merken, producten en/of diensten	De levering van (drank) automaat gerelateerde ingrediënten, inclusief het leveren en plaatsen van die automaten en de technische service en operating services.
102-3	Locatie van het hoofdkantoor van de organisatie	Pagina 4
102-4	Locatie van de werkzaamheden	Hoofdzakelijk Nederland en stuk van het grensgebied met Duitsland.
102-5	Eigendomsstructuur en de rechtsvorm	Coffee Fresh bestaat uit: <ul style="list-style-type: none"> • Coffee Fresh Westhoff Group b.v. (holding) • Coffee Fresh Westhoff b.v. (hoofdkantoor Drempt) • Coffee Fresh Veda b.v. (verkoopkantoor Enschede) • Coffee Fresh Holland b.v. (verkoopkantoor Breukelen)
102-6	Afzetmarkten	Coffee Fresh beschouwt bedrijven, instellingen en (semi)overheid in Nederland - met uitzondering van de Waddeneilanden, Zeeland en Limburg - met ca. 50 tot ca. 1.000 medewerkers tot haar doelgroep.
102-7	Omvang van de organisatie	Bijlage 2 – HR data
102-8	Informatie over werknemers en andere uitvoerende personen	Bijlage 2 – HR data
	a. Totaal aantal werknemers naar type arbeidscontract (vast en tijdelijk), naar geslacht	Bijlage 2 – HR data
	b. Totaal aantal werknemers naar type arbeidscontract (vast en tijdelijk), naar regio	We splitsen Nederland niet verder op in regio's.
	c. Aantal werknemers naar soort werk (fulltime en parttime), naar geslacht	Bijlage 2 – HR data
	d. Of een significant deel van de activiteiten worden uitgevoerd door arbeiders die niet in dienst zijn.	Er wordt geen gebruik gemaakt van externe partijen zoals consultants.
	e. Significante schommelingen in deze aantallen, zoals bijvoorbeeld seizoenarbeid	Niet van toepassing, geen significantie schommelingen.
	f. Uitleg hoe deze data zijn samengesteld, inclusief toelichting op eventuele onderliggende aannames	Samengesteld op basis van eigen personeelbestand. Fulltime is vanaf 1 FTE.



102-9	Toeleveringsketen (supply chain)	De koffiebonen voor onze CF koffie komen uit verschillende landen en worden op twee plaatsen in Nederland gebrand. Onze CF instant koffie komt uit Duitsland. Wij houden ons niet bezig met de inkoop van de koffiebonen. Wij houden ons niet bezig met de inkoop van de thee. Onze koffieautomaten worden door verschillende leveranciers gemaakt; Veromatic (Nederland), Franke (Zwitserland), Azkoyen (Spanje), Bravilor (Nederland), Aequator (Zwitserland), Animo (Nederland) en CoffeeTek (Engeland). Overige producten van het Coffee Fresh merk komen met name van lokale leveranciers, waarbij er gelet wordt op reciprociteit en samenwerking.
102-10	Significante veranderingen in de organisatie en de toeleveringsketen	In de afgelopen verslaggevingsperiode hebben zich geen significante veranderingen betreft omvang, structuur of eigendom van de organisatie voorgedaan.
102-11	Uitleg over de toepassing van het voorzorgsprincipe	Risicomanagement
102-12	Externe initiatieven	Sustainable Development Goals, MVO Nederland, Prestatieladder Sociale Ondernemen, SKAL biologisch, Brita GmbH, UTZ Chain of Custody, FLOCERT (Max Havelaar Fairtrade) & Rainforest Alliance.
102-13	Lidmaatschap van (branche-)verenigingen of belangenorganisaties	n.v.t.
Strategie		Verwijzing of toelichting
102-14	Verklaring van de hoogste beslissingsbevoegde	Pagina 3 – Voorwoord Henk-Jan Westhoff
Ethiek en integriteit		Verwijzing of toelichting
102-16	Beschrijving van kernwaarden, principes, standaarden en gedragsnormen.	Het bedrijfshandboek bevat een beschrijving van de doelstellingen en werkwijze van Coffee Fresh. Het handboek vormt de basis van het kwaliteitsmanagementsysteem (conform ISO9001:2015) en het milieumanagementsysteem (conform ISO14001:2015). Met als doel: <ul style="list-style-type: none"> • de werkmethode binnen de organisatie te identificeren en te documenteren; • de uitvoering en beheersing van de processen doeltreffend te maken; • de beschikbaarheid van middelen zeker te stellen; • de processen te bewaken, te meten, te analyseren en zo mogelijk te verbeteren; • nieuwe medewerkers snel inzicht te geven in de methoden van werken; processen te borgen die bedoeld zijn om milieuschade te voorkomen; conform wetten en andere verplichtingen te werken.
Bestuursstructuur		Verwijzing of toelichting



102-18	De bestuursstructuur van de organisatie, met inbegrip van commissies die verantwoordelijk zijn ten aanzien van de besluitvorming over economische, milieu en sociale impacts.	Pagina 4 – Onze organisatie en prioriteiten
Stakeholder betrokkenheid		Verwijzing of toelichting
102-40	Lijst van groepen belanghebbenden	Medewerkers, klanten (bedrijven en organisaties in NL), partners, leveranciers, nationale en/of lokale overheid en wetenschap en kennisinstututen.
102-41	Percentage werknemers dat onder een collectieve arbeidsovereenkomst valt	Wij hebben geen collectieve arbeidsovereenkomsten (vallen niet onder een cao).
102-42	Inventarisatie en selectie van belanghebbenden	Onze belangrijkste stakeholders zijn de medewerkers, klanten (bedrijven en organisaties in NL), partners en leveranciers.
102-43	Wijze waarop belanghebbenden worden betrokken	Pagina 4 – Onze stakeholders en materiële onderwerpen
102-44	Belangrijkste onderwerpen en vraagstukken die uit het overleg met belanghebbenden naar voren zijn gekomen en hoe de organisatie hierop heeft gereageerd, onder meer via haar verslaggeving	Pagina 4 – Onze stakeholders en materiële onderwerpen
Rapportage principes		Verwijzing of toelichting
102-45	Bedrijfsonderdelen die zijn inbegrepen in het financiële verslag	N.v.t.
102-46	Uitgangspunten voor het bepalen van de inhoud en de afbakening per onderwerp	Pagina 22 – Over dit verslag
102-47	Opsomming van materiele onderwerpen	Pagina 4 – Onze stakeholders en materiële onderwerpen
102-48	Herformulering van eerder verstrekte informatie	Er zijn geen herformuleringen geweest.
102-49	Veranderingen in verslaglegging	Pagina 22 – Over dit verslag
102-50	Verslagperiode	Pagina 22 – Over dit verslag
102-51	Datum van het meest recente verslag	22 juli 2019
102-52	Verslaggevingscyclus	Jaarlijks
102-53	Contactpunt voor vragen over het verslag	Pagina 26 – Colofon
102-54	Claim om in overeenstemming met GRI standards te rapporteren	Pagina 22 – Over dit verslag
102-55	GRI inhoudsopgave / content index	Bijlage 1 – GRI Content Index
102-56	Externe controle	Pagina 22 – Over dit verslag



GRI 103 - Specifieke indicatoren

Klimaat en energie		Verwijzing of toelichting
103-1	Verklaring en afbakening van het materiele onderwerp	Pagina 10
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	Pagina 10
103-3	Evaluatie van de management aanpak	Pagina 10
CF_PI1	% energieverbruik t.o.v. nulmeting (2016)	Pagina 8
CF_PI2	% gebruik van groene stroom	Pagina 8
CF_PI3	% gasverbruik t.o.v. 2018	Pagina 8
Gezondheid en samenleving		Verwijzing of toelichting
103-1	Verklaring en afbakening van het materiele onderwerp	Pagina 11
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	Pagina 11
103-3	Evaluatie van de management aanpak	Pagina 11
403-5	Opleiding van werknemers over gezondheid en veiligheid op het werk	Pagina 11
405-1	Percentage werknemers per werknemerscategorie in de diversiteitscategorieën	Bijlage 2 – HR data
Mobiliteit en service		Verwijzing of toelichting
103-1	Verklaring en afbakening van het materiele onderwerp	Pagina 13
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	Pagina 13
103-3	Evaluatie van de management aanpak	Pagina 13
CF_PI4	Reductie van CO2-uitstoot per gereden kilometer t.o.v. 2018	Pagina 8
CF_PI5	Reductie van brandstofverbruik t.o.v. 2018	Pagina 8
CF_PI6	% van wagenpark is elektrisch	Pagina 8
Automaten en assortiment		Verwijzing of toelichting
103-1	Verklaring en afbakening van het materiele onderwerp	Pagina 14
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	Pagina 14
103-3	Evaluatie van de management aanpak	Pagina 14
CF_PI7	% van automatenassortiment voorzien van energiebesparingssysteem	Pagina 8



CF_PI8	% refurbished automaten t.o.v. nieuwe automaten	Pagina 8
CF_PI9	% van gecertificeerde producten, totaal en CF label	Pagina 8
CF_PI10	Duurzame verpakkingen private label	Pagina 15
<i>Omissie: in 2019 is de CF_PI7 KPI opnieuw vastgesteld op basis van een vernieuwde rekenmethode, de verzamelde data worden gezien als nulmeting voor de daaropvolgende rapportageperiode.</i>		
Afvalbeheersing		Verwijzing of toelichting
103-1	Verklaring en afbakening van het materiele onderwerp	Pagina 16
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	Pagina 16
103-3	Evaluatie van de management aanpak	Pagina 16
306-2	Totaalgewicht afval naar type en verwijderingsmethode	Bijlage 3 – Afvalbeheersingsinformatie
CF_PI11	Close Future bekerrecycling	Pagina 16
CF_PI12	% van gerecyclede Brita filters	Pagina 17
<i>Omissie: in 2019 zijn CF_PI11 en CFPI13 KPI voor het eerst vastgesteld, de verzamelde data worden gezien als nulmeting voor de daaropvolgende rapportageperiode.</i>		



bijlage 2 - HR data

Onze medewerkers	man		vrouw		totaal
aantal FTE					80
directie	3	3%	0	0	3
medewerkers	63	69%	25	27%	88
fulltime	58	64%	5	5%	63
parttime	8	9%	20	22%	31
vast contract	59	65%	22	24%	81
tijdelijk contract	8	9%	2	2%	10
medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt	7	8%	0	0%	7
medewerkers in managementpositie	8	9%	1	1%	9

Leeftijdsopbouw	totaal
26 jaar en jonger	13%
26-35	25%
36-45	23%
46-55	29%
55 jaar en ouder	10%
gemiddelde leeftijd	41 jaar
gemiddeld aantal dienstjaren	11 jaar





coffee fresh

bijlage 3 - afvalbeheersingsinformatie

wie?	wat?	2018	2019	na inzameling?
Rouwmaat	plastic	520 kg	660 kg	granulaat
	plastic folie	5680 kg	4306 kg	granulaat > Save Plastics > CF onderzetkast
	papier	2740 kg	2153 kg	Retour Smurfit Kappa hier worden er nieuwe dozen van gemaakt
Remondis	restafval	7095 kg	6755 kg	verbrand
	piepschuim	240 kg	320 kg	
Remondis/Refood	GFT	0 kg	0 kg	duurzame energie en meststof
GKB	bekers 180 CC	0 stuks	9.000 stuks = 45 kg	hygiënapapier
Brita	Brita filters	± 3480 filters 24 bakken	± 4640 filters 32 bakken	granulaat voor onder andere tuinmeubilair
Veromatic	houten platen		100%	retour Veromatic voor hergebruik
CliniClowns (Eeko)	cartridges printer	50	±53 stuks	hergebruik, per stuk krijgt CliniClowns €0,40 (± 40 per doos, 1 doos per 9 maanden)
afvalinzamelpunt Doetinchem	chemisch afval	152 TL-buizen	146 TL-buizen	een deel van de grondstoffen uit klein chemisch afval kan opnieuw worden gebruikt
Wecycle	koffieautomaten	100%	100%	alle sloopautomaten gaan naar het Wecyclepunt





coffee fresh

colofon

september 2020

**Dit jaarverslag is een uitgave van:
Coffee Fresh Westhoff Group**

Rijksweg 20a
6996 AC Drempt
Nederland

telefoon: 0313 48 32 22
e-mail: info@closefuture.nl

Heeft u naar aanleiding van dit duurzaamheidsverslag nog vragen over ons duurzaamheidsbeleid? Neem dan contact op met Maaïke Wortman, HRM en kwaliteits-, milieu- en MVO-coördinator.

De informatie in dit verslag dient slechts voor algemene informatieve doeleinden en de verstrekte informatie is niet bedoeld als advies in concrete gevallen. Hoewel Coffee Fresh grote zorgvuldigheid betracht bij het samenstellen van dit verslag en daarbij gebruik maakt van bronnen die betrouwbaar geacht worden, kan Coffee Fresh niet instaan voor de juistheid, volledigheid en actualiteit van de geboden informatie. Fouten kunnen niet altijd voorkomen worden. Coffee Fresh wijst iedere aansprakelijkheid ten aanzien van de juistheid, volledigheid, actualiteit van de geboden informatie in dit verslag uitdrukkelijk van de hand. Er kunnen dan ook op geen enkele wijze rechten worden ontleend aan de in dit verslag aangeboden informatie.

Niets uit dit jaarverslag mag op welke wijze dan ook worden vermenigvuldigd of overgenomen zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

