

MVO rapport

(Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen)

Missie Strategie Voortgang

(Update 2025)

Euro Caps



MVO Missie

Euro Caps staat voor...

Euro Caps staat voor *single serve beverages*. Voor lekkere en duurzame koffie. Voor betrouwbaarheid en openheid. Euro Caps doet wat ze zegt en zegt wat ze doet. Zonder poespas of duurdoenerij, maar door de mouwen op te stropen en te focussen op kwaliteit. Altijd en overal. Zoals dat past bij een jong, dynamisch en professioneel Rotterdams bedrijf vol met passie en ambitie.

Euro Caps bestaat voor....

Euro Caps bestaat voor merkeigenaren in de retail- en hospitality markt die consumenten willen laten genieten van goede koffie voor de juiste prijs. Euro Caps is een private-label fabrikant van (met name) Nespresso-, Dolce Gusto- en Nespresso Professional compatible koffiecapsules. Daarnaast produceren we ook voor andere capsulesystemen en de geurringen voor AirUp. Euro Caps maakt capsules voor eigen merken van winkelketens en voor merkeigenaren die hun producten verkopen in supermarkten, via online platforms en overige afzetkanalen wereldwijd.

Euro Caps gelooft in....

Euro Caps gelooft in kennis. Kennis van koffie en kwaliteit. Kennis om te ontwikkelen en om te delen. Kennis als de sleutel voor groei en succes. Euro Caps wil een positieve bijdrage leveren aan de ontwikkeling van haar medewerkers, de koffieboeren en de koffieketen als geheel. Kennis en ontwikkeling zorgt voor zelfredzaamheid, betrokkenheid, verantwoordelijkheid en toekomstbestendigheid. Voor duurzaamheid dus.

Euro Caps wil bijdragen aan...

Euro Caps wil bijdragen aan een betere wereld. Door medewerkers kansen te bieden zich te ontplooiën en te kunnen groeien. Door de voetafdruk van onze producten inzichtelijk te maken en deze te verlagen. Door inzicht te krijgen in- en verantwoordelijkheid te nemen voor ons handelen. Door mensen te laten genieten van de beste, duurzaam geproduceerde koffie.

Euro Caps levert (maatschappelijke) meerwaarde....

- Voor consumenten die we laten genieten van onze lekkere koffie.
- Voor klanten die we onze expertise bieden en aan wie we producten leveren tegen een concurrerende prijs.
- Voor medewerkers die kansen krijgen zich te ontwikkelen, te groeien en inkomsten te genereren.
- Voor boeren/telers voor wie we betere arbeidsomstandigheden creëren, en die we ondersteunen bij een duurzamere productie, met respect voor hun omgeving en het milieu.
- Voor de maatschappij door ons in te zetten voor een duurzame koffieketen en een betere wereld.

MVO-visie en strategie

Euro Caps

Euro Caps is een besloten vennootschap, opgericht in 2012, gevestigd in Rotterdam en actief op de private-label markt voor koffiecapsules. Met de productie van zo'n 4,5 miljoen capsules per dag, ca. 300 medewerkers en 3 productielocaties is Euro Caps wereldwijd gezien een belangrijke speler.

Euro Caps staat midden in de maatschappij met de daarbij behorende uitdagingen. Euro Caps wil, waar mogelijk, een positieve bijdrage leveren aan uitdagingen die er liggen op het gebied van klimaatverandering, scholing, armoedebestrijding, gezondheid en zorg voor het milieu.

Voor Euro Caps is 'duurzaamheid' geen statisch begrip. We hebben het ook liever over verduurzamen: Een uitgesproken intentie om te bewegen, te vernieuwen en te verbeteren. Geen strak geplande route, maar een ontdekkingsreis waarbij continue verbeteringen en innovaties binnen onze productieprocessen en inkoopactiviteiten een belangrijke rol spelen. Een stapsgewijs zoekproces dat enorme positieve veranderingen teweeg kan brengen en waarin we de eerste stappen al hebben gezet.



**Euro Caps wil in 2030 de grootste duurzame
single serve private label capsule leverancier
van de wereld zijn.**

De koffieketen – grenzen en aandacht

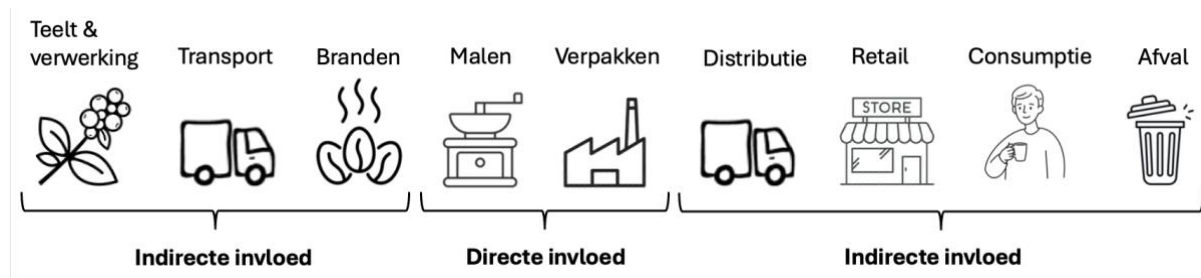
De koffieketen bestaat uit een flink aantal schakels. De keten begint bij de teler en via de handelaar, brander, maler, verpakker, transporteur, retailer en consument eindigt deze uiteindelijk bij de afvalverwerker. Vanuit een MVO-perspectief is deze keten risicovol. Denk aan de afhankelijkheid van kleine boeren in ontwikkelingslanden die vaak te maken hebben met ongunstige arbeidsomstandigheden en lage lonen. Daarnaast wordt de koffieproductie zwaar beïnvloed door klimaatverandering, wat leidt tot onzekerheid over de beschikbaarheid en kwaliteit van de oogst. Verder kan er negatieve milieu impact plaatsvinden door ontbossing, watervverbruik en het gebruik van pesticiden in de koffieteelt.

Euro Caps is een maler en verpakker en speelt een centrale rol in de keten. We kopen lege capsules, karton en folie in voor de verpakking. Daarnaast kopen we gebrande koffiebonen in, we malen deze en leveren uiteindelijk gevulde koffiecapsules via transporteurs aan merkeigenaren. De smaak van de koffie en de wijze van verpakken stemmen we af met onze klanten, veelal retailers.

Omdat we hoofdzakelijk verpakker zijn hebben we weinig directe invloed op de processen en activiteiten die plaatsvinden helemaal in het begin van de keten, zoals het gebruik van pesticiden op de plantages of de arbeidsomstandigheden

waaronder de boeren hun werk verrichten. We kopen gebrande bonen in bij branderijen en hebben geen directe contacten met boerenorganisaties of handelaren. Toch is het nu juist aan het begin van de keten waar de meeste duurzaamheidswinst te behalen is. Daarom zullen we waar mogelijk, actief bijdragen aan het vinden en toepassen van oplossingen voor de vraagstukken die zich in dit stadium van de keten voordoen.

De invloed van Euro Caps op onderdelen binnen haar keten:



Stroomafwaarts in de keten heeft Euro Caps relatief weinig directe invloed op de consument. Hoewel we proberen consumenten via de verpakking aan te moedigen om afval te scheiden, blijkt uit ervaring dat gedragsverandering bij consumenten moeilijk te realiseren is en de invloed van Euro Caps hierin beperkt blijft. Daarom zijn we van mening dat het essentieel is om consumenten het zo gemakkelijk mogelijk te maken, ook als het gaat om duurzamer consumeren. Dit blijft een belangrijk aandachtspunt bij de ontwikkeling van nieuwe verpakkingen en producten.

Stakeholders

Euro Caps staat midden in de samenleving en neemt een plek in midden in een lange koffieketen. De directe stakeholders binnen deze keten zijn handelaren, transporteurs, leveranciers van koffie en andere ingrediënten, leveranciers van verpakkingsmaterialen, branders, merkeigenaren, retailers en financiers. Indirecte stakeholders zijn boerenbedrijven, aandeelhouders, overheden en regelgevende- en certificerende instanties, maatschappelijke organisaties, brancheverenigingen, consumenten, afvalverwerkers en concurrenten. En daarnaast zijn natuurlijk medewerkers en omwonenden de belangrijkste direct betrokkenen voor Euro Caps.

Met veel stakeholders heeft Euro Caps dagelijks contact, met andere minder frequent. Om ook de minder frequent gehoorde stakeholders te betrekken bij ons bedrijf en beleid, willen we periodiek stakeholderdialogen gaan organiseren om samen relevante maatschappelijke issues te bespreken. Zo willen we samen met onze stakeholders, op termijn komen tot een geverifieerde dubbele materialiteitsindex.

Sustainable Development Goals

De Sustainable Development Goals – ook wel de duurzame ontwikkelingsdoelen – zijn in 2016 in samenspraak met de wereldgemeenschap opgesteld door de Verenigde Naties. Het belangrijkste doel is het beëindigen van extreme armoede, volgens de organisatie 'de grootste uitdaging van deze tijd'. Maar er is meer. De doelen hebben ook betrekking op ongelijkheid en klimaatverandering, op een duurzame bedrijfsvoering en verantwoorde groei. Uiteindelijk willen de 17 doelen ervoor zorgen dat de wereld in 2030 een betere plek is.



Misschien klinken de doelen 'hoog over', maar Euro Caps meent dat iedereen; burgers, medewerkers en ondernemingen zijn of haar steentje kan bijdragen om een positieve bijdrage te leveren aan één of meer ontwikkelingsdoelen. Zo ook Euro Caps. De SDG's geven richting aan het MVO-beleid van onze onderneming.

Niet alle 17 doelen zijn voor ons even relevant of urgent. Daarom hebben we ervoor gekozen om ons met name te concentreren op onderstaande vijf doelen. Deze keuze is gemaakt op basis van een analyse van de bedrijfsmissie, de impact van de onderneming op de maatschappij en het milieu, en de prioriteiten van de stakeholders. Door te kijken naar de gebieden waar we het meeste verschil kunnen maken, zowel op korte als lange termijn, is besloten dat de volgende vijf doelen het beste aansluiten bij onze kernwaarden en strategische doelen:



SDG 1. Geen armoede

Goede arbeidsvoorwaarden en -omstandigheden voor koffieboeren in onze keten en medewerkers en uitzendkrachten binnen ons eigen bedrijf.

SDG 3. Goede gezondheid en welzijn

Medewerkers vitaal en duurzaam inzetbaar houden.
Mensen laten genieten van lekkere koffie.

SDG 4. Kwaliteitsonderwijs

Medewerkers een leven lang laten leren.

SDG 12. Duurzame consumptie en productie

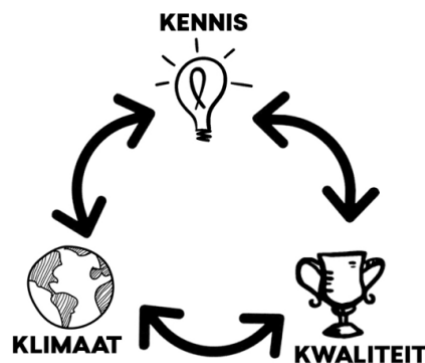
Duurzamer geproduceerde koffie.
Duurzamere verpakkingsmaterialen.
Duurzamere productie.

SDG 13. Klimaatverandering aanpakken

In kaart brengen en verminderen van de CO₂-uitstoot van koffie, capsules, overige verpakking en productie.

De drie pijlers van het MVO beleid van Euro Caps

De genoemde 5 Sustainable Development Goals vormen het kompas voor ons MVO-beleid. Om hier concreet invulling aan te geven, hebben we ons beleid opgebouwd rond drie pijlers: kennis, klimaat en kwaliteit. Deze thema's vormen de basis van onze inspanningen en sluiten nauw aan bij de gekozen SDG's.



De drie pijlers hebben we onderverdeeld in zeven speerpunten. Met deze speerpunten maken we onze maatschappelijke inzet concreet én doelgericht.



Kennis

- 1. Kennis en ontwikkeling van medewerkers
- 2. Kennis en ontwikkeling van koffie, ingrediënten en capsules
- 3. Kennis en ontwikkeling van duurzame bedrijfsvoering



Klimaat

- 4. Voetafdruk van onze organisatie en producten
- 5. Verduurzaming van onze productie



Kwaliteit

- 6. Kwaliteit van werken en leven
- 7. Kwaliteit van producten en processen



KENNIS

1. Kennis en ontwikkeling van medewerkers

Kennis gaat over de ontwikkeling van mensen. Over verder komen, kansen krijgen en kansen benutten. Kennis gaat over invloed, eigenwaarde en autonomie. Over nu en over later. Over meedoen of aan de kant staan.

Euro Caps gelooft in de kracht van kennis. Zonder goede, passende opleiding heb je minder mogelijkheden om aan werk te komen en werk te behouden dat je leuk vindt. Daarom geven we onze medewerkers de kans zich te blijven ontwikkelen en stimuleren we iedereen om een leven lang te leren. Omdat werk steeds sneller verandert, bijvoorbeeld door de komst van technologie, is het noodzakelijk dat medewerkers zich nieuwe technieken eigen maken, kennis verwerven en hun competenties versterken.

Het vergroten van kennis en kunde zorgt ook voor een ondernemende bedrijfscultuur waarin medewerkers verantwoordelijkheid nemen en betrokkenheid voelen. Gedreven en betrokken medewerkers zijn fit voor de arbeidsmarkt en kunnen flexibel meebewegen met veranderingen. Niet alleen de medewerkers worden hier beter van, ook Euro Caps profiteert van vaardige medewerkers. Euro Caps kenmerkt zich door snelle processen en veel veranderingen. Geen dag is hetzelfde en wat gisteren nog een goed idee leek, kan vandaag alweer achterhaald zijn. Het tempo ligt hoog. We spelen mee in de 'Champions League van de koffie-industrie' en willen dat nog lang blijven doen. We kunnen alleen op dit niveau blijven meespelen als iedereen samenwerkt, topfit is -zowel fysiek als mentaal- en over gedegen vakkennis beschikt. Dit faciliteren verstaan we bij Euro Caps onder goed werkgeverschap.

Bij Euro Caps zorgen we ervoor dat onze medewerkers niet alleen goed worden voorbereid op hun werk, maar ook de ruimte krijgen om zichzelf verder te ontwikkelen en te groeien. Of het nu gaat om technische vaardigheden, persoonlijke groei of vakkennis, we bieden een breed scala aan mogelijkheden om de ambities van onze medewerkers te ondersteunen en te realiseren.

Naast een uitgebreide *onboarding*, waarbij nieuwe medewerkers worden geïntroduceerd in ons bedrijf en we ze welkom laten voelen, bieden we ook een persoonlijk ontwikkelingstraject aan. In dit traject stelt iedereen zijn of haar eigen doelen en ambities vast. We faciliteren deze door het aanbieden van diverse studiemogelijkheden. Verder zorgen we voor de wettelijk verplichte trainingen en de noodzakelijke opleidingen om het werk goed te kunnen uitvoeren.

Binnen Euro Caps kennen we bovendien het EC Tech talent programma, waarin collega's opgeleid worden naar een vak-volwassen technicus. Deze opleiding vindt plaats door training *on the job* en door het volgen van de MBO opleiding Mechatronica.

Daarnaast biedt Euro Caps echter nog meer, zoals het *Coffee Culture Program*. Dit programma is opgezet om de passie voor koffiekwiteit en de waardering voor de hele koffieketen – van oorsprong tot het kopje koffie – over te brengen. Daarbij wordt nadrukkelijk aandacht besteed aan de boeren, hun (leef-) omgeving en het milieu. Onze koffie expert (Q-Grader) neemt elke Euro Caps-medewerker mee op reis door de wereld van koffie. Onderwerpen als koffiegeschiedenis, herkomst, teelt en verwerking komen uitgebreid aan bod. Tijdens interactieve sessies leren deelnemers hoe ze koffie kunnen beoordelen en doen ze sensorische oefeningen. Zelfs als ze geen koffie lusten. Iedereen stapt na afloop met een dieper begrip van de complexiteit van de koffieketen naar buiten.

We gaan echter nog een stap verder. Vooral machine-operators profiteren van de brandingssessies op onze kleinschalige lab-koffiebrander. Omdat zij als laatsten in de keten verantwoordelijk zijn voor de kwaliteit van de bonen, is kennis van brandkleur en boontypes essentieel. Elke medewerker brandt zijn eigen melange en mag die aan het eind van de sessie mee naar huis nemen. Naast kennisoverdracht is er ook ruimte voor verbinding. De Espresso Bar Pop Ups in de productiekantines brengen collega's van verschillende afdelingen samen. Zo ontstaan er informele, levendige gesprekken tussen collega's die elkaar normaal gesproken weinig tegenkomen. En dat is misschien wel net zo waardevol.



We stimuleren persoonlijke en professionele ontwikkeling ook via onze O.P.E.N. Academy: Het platform waarin de ontwikkeling van Euro Caps en die van haar medewerkers samenkomt. Dit online platform biedt toegang tot een breed scala aan educatieve content, van studiehulp tot specifieke professionele vaardigheden. Zo zorgt Euro Caps ervoor dat medewerkers zich zowel professioneel als persoonlijk kunnen ontwikkelen, binnen een cultuur van groei, samenwerking en continue verbetering – een aanpak die al meerdere keren is bekroond met de

'**Top Employer Netherlands**'-erkenning. Deze erkenning wordt toegekend door het Top Employers Institute die bedrijven evalueert op verschillende HR-gebieden, waaronder talentstrategie, personeelsplanning, *onboarding*, leren en ontwikkeling, prestatie management en leiderschapsontwikkeling.



Medewerkers duurzaam inzetbaar houden door hen te stimuleren tot een leven lang leren.



Jaarlijks minimaal 3% van onze loonsom besteden aan het opleiden en ontwikkelen van medewerkers (*dubbele van industriestandaard*).

2. Kennis en ontwikkeling van koffie, ingrediënten en capsules

Euro Caps is een echte koffiespecialist en beschikt over uitgebreide kennis van het zetten van de allerlekkerste koffie. We zijn voortdurend bezig om de beste kwaliteit koffie tegen een scherpe prijs aan onze klanten te kunnen leveren. Waar mogelijk delen we onze expertise over koffie en capsules met medewerkers, klanten, leveranciers en consumenten. Daarnaast volgen we de laatste trends en innovaties nauwgezet en passen deze inzichten toe bij de verdere productverbetering en ontwikkeling van nieuwe producten. Zo worden bijvoorbeeld ook koffiecapsules ontwikkeld met toevoeging van aroma's en vitaminen. Met deze ontwikkelingen spelen we in op de groeiende vraag van consumenten naar gepersonaliseerde, functionele dranken die niet alleen smaakvol zijn, maar ook bijdragen aan het welzijn. Door koffie te verrijken met bijvoorbeeld vitaminen-B of hazelnoot aroma willen we inspelen op de trend van gezondere lifestylekeuzes en beleving in consumptie. Dit past bij onze ambitie om niet alleen duurzame, maar ook vernieuwende producten op de markt te brengen.

Een goede kop koffie begint uiteraard met de inkoop van de beste koffiebonen. Daarnaast is het essentieel te weten dat koffie en zuurstof niet samengaan. Zodra koffie in contact komt met zuurstof gaat deze snel in kwaliteit omlaag. Het is daarom van belang dat de koffie luchtdicht verpakt wordt. In de loop van de tijd hebben we, dankzij het voortdurend vergaren van kennis, onze capsules steeds verder ontwikkeld. Hieronder vind je de ontwikkeling van onze capsules door de jaren heen, een reis waarin we steeds opnieuw hebben ingespeeld op nieuwe inzichten, technologieën en duurzame keuzes om onze producten te verbeteren.



2013-2017

Tot medio 2017 gebruikte Euro Caps zogenaamde '**open capsules**'. Dit waren voorgeperforeerde kunststof capsules. Omdat deze capsules geen zuurstof barrière hadden werden ze per stuk in een folie (*pouch*) luchtdicht verpakt. Zo was de capsule toch lang houdbaar.



2017

Met de ontwikkeling van een zogenaamde '**barrière-capsule**' is Euro Caps in 2017 overgestapt op een kunststof capsule met zuurstof barrière. Vanaf dat moment waren er geen *pouches* meer nodig en waren ze goed stapelbaar. Hierdoor konden we de capsules in kleinere doosjes gaan verpakken. Deze ontwikkeling had niet alleen een positief effect op de smaak, maar leidde ook tot een enorme afname in het gebruik van verpakkingsmateriaal en afval, en verminderde bovendien de behoefte aan opslagruimte en transportcapaciteit.

	Open capsule	Barrière capsule	Besparing
 Karton	0,12m ²	0,06m ²	50%
 Folie	0,02m ²	0	100%
 Opslag  Transport	44.352*	123.552*	64%

*CE per pallet

Euro Caps was verheugd met haar nieuwe capsule. Deze had echter als nadeel voornamelijk uit plastic te bestaan. Dit maakt het moeilijk om de capsules na gebruik te recyclen, waardoor ze bij het restafval belanden. Dat hiermee een aanzienlijke bijdrage wordt geleverd aan de berg niet goed recyclebaar plastic is Euro Caps een doorn in het oog.



2020

In 2020 introduceerde Euro Caps de **aluminium capsule**, een innovatieve stap in de ontwikkeling van capsules. Aluminium biedt een uitstekende barrière tegen externe invloeden, zoals licht, lucht en vocht, die de smaak en versheid van de koffie kunnen aantasten. Aluminium zorgt ervoor dat de aroma's en smaken van de koffie optimaal bewaard blijven, zelfs bij langdurige opslag. Hoewel de productie van aluminium behoorlijk energie-intensief is en dus niet de meest

duurzame start kent, maakt het materiaal dat deels goed door zijn uitstekende recyclebaarheid. Aluminium is namelijk oneindig herbruikbaar zonder noemenswaardig kwaliteitsverlies. Dat maakt het, zeker ten opzichte van bijvoorbeeld plastic, tot een duurzamer alternatief. Bovendien kost het recycleren van aluminium aanzienlijk minder energie dan het produceren van nieuw materiaal.

Koffie Capsule Recycling Nederland (KCR)

Aluminium is goed recyclebaar, maar dat geldt alleen als de capsules ook daadwerkelijk worden gerecycled. Dat betekent dat ze apart moeten worden ingezameld, zodat ze in een gescheiden stroom terechtkomen en op de juiste manier kunnen worden verwerkt en het aluminium kan worden hergebruikt. Euro Caps is mede-initiatiefnemer van Koffie Capsule Recycling Nederland (KCR), een samenwerkingsverband dat zich inzet voor de verantwoorde inzameling en recycling van koffiecapsules in Nederland. Met dit initiatief maken we het voor consumenten mogelijk om gebruikte capsules op een eenvoudige en milieuvriendelijke manier in te leveren, zodat waardevolle materialen zoals aluminium, plastic en koffiedik hergebruikt kunnen worden. Door actief bij te dragen aan deze circulaire oplossing, verminderen we afval, besparen we grondstoffen en verlagen we de milieu-impact van koffieconsumptie. Zo zetten we samen met de sector stappen richting een duurzamer koffiesysteem.



2023

In 2022 startte Euro Caps de ontwikkeling van een **biologisch afbreekbare capsule** van goede kwaliteit en tegen een betaalbare prijs. Deze capsule is gemaakt van PHA, een biologisch afbreekbaar plastic welke wordt geproduceerd door micro-organismen die suikers en oliën omzetten in een polymeer. Omdat de capsule moest voldoen aan de hoge kwaliteitseisen van Euro Caps, was dit niet van vandaag op morgen gerealiseerd. Zo mocht de capsule niet te veel zuurstof doorlaten, niet te snel beginnen met composteren en moest een soepele doorloop gegarandeerd zijn. In 2023 is het onze R&D afdeling gelukt om een composteerbare capsule te introduceren die aan al deze eisen voldoet. De capsule is volledig biologisch afbreekbaar in verschillende omgevingen (water, bodem, compost) en zowel industrieel als thuis composteerbaar en breekt af zonder schadelijke residuen achter te laten. Dit maakt het een veelbelovend alternatief voor traditionele plastic producten.



2025

In 2025 introduceert Euro Caps een capsule welke bestaat uit **80% gerecycled aluminium**. Deze capsule heeft een aanzienlijk lagere milieu-impact dan capsules van nieuw (*virgin*) aluminium. De productie van gerecycled aluminium kost tot 95% minder energie dan de winning en verwerking van *virgin* aluminium, en stoot daardoor veel minder CO₂ uit. Door hergebruik van bestaand materiaal wordt bovendien minder bauxiet ontgonnen – de grondstof voor aluminium – wat bodemverstoring en milieuschade in mijnbouwgebieden helpt beperken. Daarnaast behoudt ook gerecycled aluminium zijn kwaliteit en beschermende

eigenschappen, waardoor het goed geschikt is voor het verpakken van koffie. Het sluit aroma's goed af, beschermt tegen licht, lucht en vocht, en draagt bij aan een lange houdbaarheid van de koffie. Door te kiezen voor capsules met een hoog aandeel gerecycled aluminium, stimuleren we bovendien de circulaire economie en wordt verspilling van waardevolle grondstoffen voorkomen.



2026

In de end-of-life fase is recycling of compostering altijd het beste voor het milieu. Euro Caps wil blijven ontwikkelen en verduurzamen, en wil daarom in 2026 een veelbelovende stap zetten richting een volledig circulaire koffiecapsule, gemaakt van **100% hernieuwbaar, plantaardig materiaal**. Van grondstof tot eindgebruik ontworpen met duurzaamheid als uitgangspunt (nog minder energie-intensief productieproces) zonder concessies te doen aan smaak of gebruiksgemak.

Bij de ontwikkeling van onze capsules houden we rekening met de eisen uit de PPWR, de Europese Verpakings- en Verpakingsafvalverordening en in onze communicatie over duurzaamheid volgen we de Green Claims Directive, die vraagt om transparantie en onderbouwde milieueclaims.

PPWR

De nieuwe Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) verandert de manier waarop verpakkingen in Europa worden ontworpen, gebruikt en verwerkt. Vanaf augustus 2026 komen er stap voor stap strengere eisen om verpakingsafval te verminderen, hergebruik te stimuleren en recycling te verbeteren. Het totaalpakket aan wetten en regels moet ervoor zorgen dat verpakkingen lichter, kleiner, duurzamer en beter recyclebaar worden. Schadelijke stoffen worden verboden, overbodige verpakkingen beperkt en gebruik van gerecycled materiaal wordt verplicht gesteld. Daarnaast worden duidelijke etiketteringsregels en prestatienormen ingevoerd.

Green Claims Directive

De Europese Unie heeft de Green Claims Directive geïntroduceerd om consumenten te beschermen tegen misleidende milieueclaims, oftewel greenwashing. Deze wetgeving vereist dat bedrijven hun duurzaamheidspretenties onderbouwen met wetenschappelijk bewijs en onafhankelijke verificatie. Vage termen zoals "eco", "groen" of "klimaatneutraal" mogen niet langer zonder bewijs worden gebruikt. Daarnaast moeten duurzaamheidsetiketten afkomstig zijn van officiële certificeringsschema's of overheidsinstanties. De wetgeving is bedoeld om transparantie te vergroten, consumenten te helpen bij het maken van duurzame keuzes en een eerlijke concurrentie te waarborgen. Lidstaten hebben tot 2026 de tijd om deze regels in nationale wetgeving om te zetten.



DOEL

Het stimuleren van duurzame productontwikkeling in lijn met geldende en toekomstige wet- en regelgeving.



Lancering in 2026 van een 100% plantfibre-based capsule

Lancering eind 2025 van een capsule die voor 80% bestaat uit gerecycled aluminium

3. Kennis en ontwikkeling van duurzame bedrijfsvoering

Duurzaam ondernemen houdt in dat bedrijven zich bewust zijn van hun impact op het milieu, de maatschappij en hun stakeholders. Door te investeren in kennis en ontwikkeling op het gebied van duurzame bedrijfsvoering kan Euro Caps de negatieve effecten van haar operatie minimaliseren en bijdragen aan een beter milieu en een rechtvaardigere samenleving. Dit maakt de bedrijfsvoering ook toekomstbestendig. In een markt die steeds groener wordt, zijn innovatie en ontwikkeling op het gebied van duurzaamheid onontbeerlijk.

Kennis en ontwikkeling op het gebied van duurzame bedrijfsvoering zijn ook cruciaal omdat we ons daarmee kunnen aanpassen aan een veranderende omgeving en aan veranderende wetgeving. We leren er risico's mee beheren, kosten besparen en de klanttevredenheid vergroten. Het stelt ons in staat om langdurige waarde te creëren en ons voor te bereiden op de toekomst. Bij Euro Caps werken we samen met **Sedex** en **EcoVadis** om onze prestaties te beheren én te verbeteren op het gebied van arbeidsnormen, milieu-impact, gezondheid, veiligheid, bedrijfsethiek en transparantie in de toeleveringsketen. We passen de ETI Base Code toe (gedragscode gebaseerd op internationale arbeidsnormen van de ILO (International Labour Organization)) als standaard voor eerlijke arbeidsomstandigheden. Dit is tevens de norm waarop Sedex-audits zijn gebaseerd. Deze platforms helpen ons om onze eigen MVO-prestaties te begrijpen, verbeteren en transparanter te communiceren.

Daarnaast is Euro Caps **B Corp** gecertificeerd. Dit is een prestigieuze erkenning van de toewijding van ons bedrijf om positieve veranderingen te creëren door middel van onze bedrijfspraktijken. De B Corp-certificering ondersteunt ons ook bij het integreren van duurzaamheid in onze bedrijfsvoering en biedt de tools en erkenning die nodig zijn om de positieve impact op de samenleving en het milieu te vergroten.



B Corp

Een B-Corp, ook wel bekend als Benefit Corporation, is een bedrijf dat naast winst maken ook sociale- en milieu impact wil genereren. B Lab, de oprichter van het keurmerk, wil een beweging vormen van bedrijven met hetzelfde doel, namelijk: duurzame bedrijfsvoering met meer positieve impact. Er is geen eisenpakket waar alle gecertificeerde bedrijven aan moeten voldoen. In plaats daarvan kunnen bedrijven punten krijgen voor allerlei positieve activiteiten. Niet alleen de operationele impact van het bedrijf wordt meegewogen maar ook of de werkwijze positieve impact creëert voor betrokken partijen. De milieucriteria variëren per sector waarbij aandacht is voor milieubeheer, lucht en klimaat, water, land en leven, hernieuwbare energie, behoud van natuur en diersoorten, vermindering van toxische stoffen, behoud van grondstoffen, milieueducatie en innovatieve milieupraktijken. Ten aanzien van werknemers is er aandacht voor financiële zekerheid, gezondheid, welzijn & veiligheid, carrièremogelijkheden, betrokkenheid & tevredenheid, eigenaarschap en ontwikkeling.



DOEL

Het continue verbeteren van de sociale, ethische en milieuprestaties binnen ons bedrijf en toeleveringsketen.



B Corp
hertificering
in 2027

Ecovadis
Zilver score in
2027

SMETA 4-pillar
advanced
in 2027



KLIMAAT

Het klimaat heeft grote invloed op het verbouwen van koffie. Dit komt onder meer omdat koffie, en in het bijzonder de arabica struik, een gevoelige plant is. Deze wordt verbouwd rond de evenaar op plekken boven de 1.300 meter. De struiken staan het liefst in de schaduw van de bladeren van bomen en gedijen het best bij een gemiddelde temperatuur tussen de 18 en 22 graden Celsius. Het plantje kan niet tegen vorst, maar de nachtelijke temperatuur mag niet te lang boven de 16 graden blijven. Dit alles luistert nogal nauw en daarom kun je koffie niet op iedere willekeurige plek verbouwen.

De impact van klimaatverandering op koffieproductie is ingrijpend en veelzijdig:

Temperatuurstijging en extreme neerslag

Klimaatverandering leidt tot hogere temperaturen en intensere regenval, wat de groeiomstandigheden voor koffieplanten bemoeilijkt.

Toename van plagen en ziekten

Door veranderende klimaatomstandigheden breiden insecten (zoals de koffiebesboor) en schimmelziekten (zoals koffieroest) zich verder uit, waardoor boeren vaker naar pesticiden grijpen.

Ontbossing

Voor het uitbreiden van koffieteelt wordt in sommige regio's regenwoud gekapt. Dit gebeurt met name voor de aanleg van zonplantages, die vaak hogere opbrengsten beloven maar kwetsbaarder zijn voor ziektes en klimaatschommelingen.

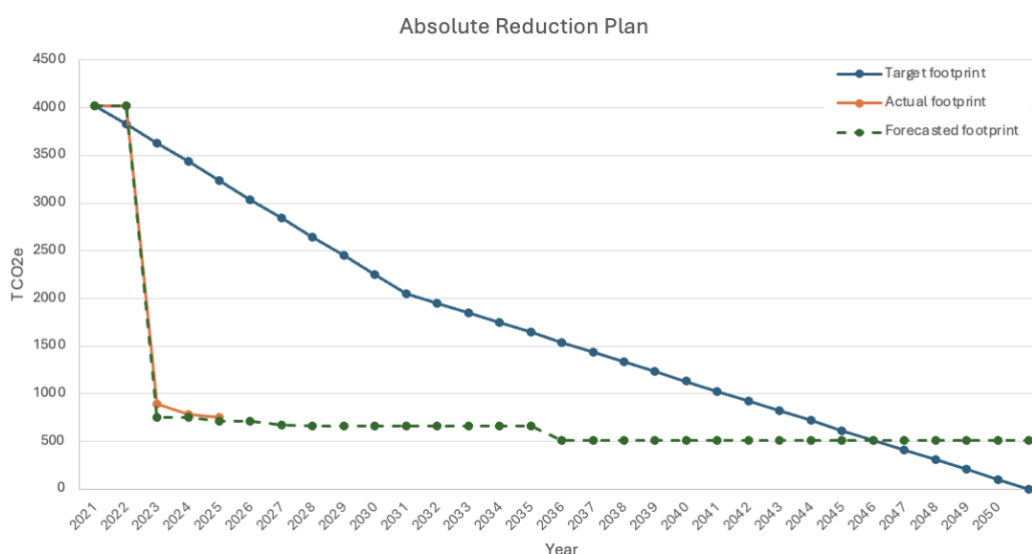
Gebruik van pesticiden

Bij intensieve teelt, vooral op zonplantages zonder schaduw, wordt vaak meer gebruikgemaakt van chemische bestrijdingsmiddelen. Deze kunnen schadelijk zijn voor biodiversiteit, bodem, waterkwaliteit én de gezondheid van arbeiders.

Euro Caps verwacht dat de klimaatverandering op middellange termijn een strategische bedreiging vormt voor de beschikbaarheid en kwaliteit van koffie, de stabiliteit van de toeleveringsketen en de continuïteit van duurzame productie. We spannen ons in om boeren weerbaarder te maken tegen de gevolgen van klimaatverandering door samen te werken met partners in de keten aan klimaatvriendelijke oplossingen én om zelf niet verder bij te dragen aan de uitstoot van broeikasgassen. Dit doen we door onze processen en producten te verduurzamen en efficiënter om te gaan met energie en grondstoffen,

4. Voetafdruk van onze organisatie en producten

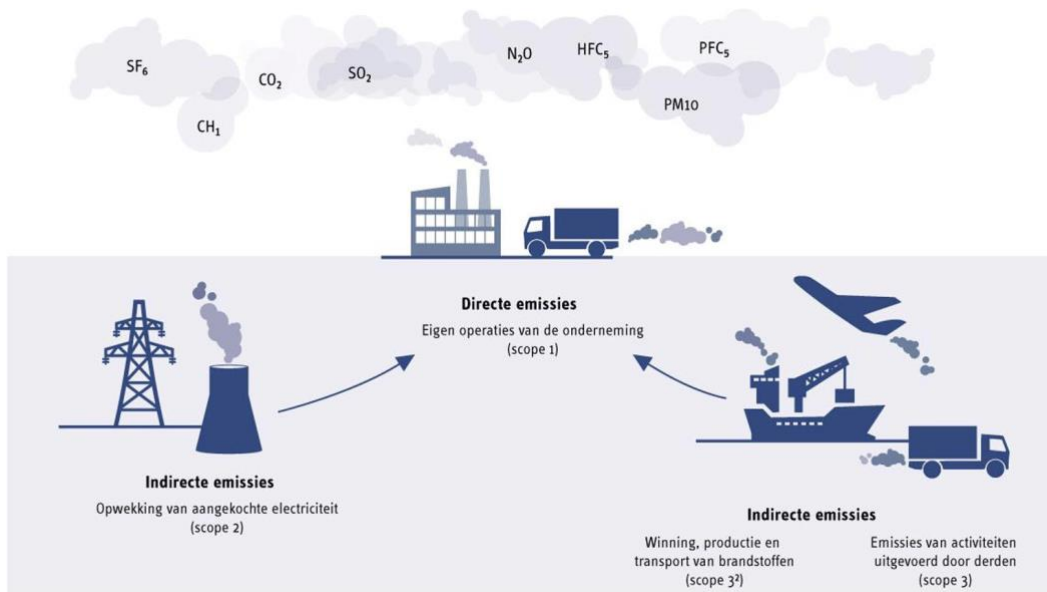
In de foodsector wordt, net als in de maakindustrie en bouwsector, de klimaatimpact van producten steeds relevanter. Bij Euro Caps hebben we inzicht in onze CO₂-uitstoot (Scope 1 en 2 emissies en algemene scope 3 emissies). We reduceren deze emissies doelgericht en compenseren wat nog niet kan worden gereduceerd met de aankoop van Carbon Credits. Dit doen we aan de hand van het *Climate Activator Certification* programma van Anthesis. Hiermee zorgen we ervoor dat ons klimaatbeleid aansluit bij de doelstellingen van het Parijs-akkoord, waarin landen zich hebben gecommitteerd om de opwarming van de aarde te beperken tot ruim onder de 2°C, en bij voorkeur tot 1,5°C, ten opzichte van pre-industriële niveaus.



Climate Activator Reductieplan Euro Caps (Organisatie). 2024: 81% CO₂-reductie tov baseline year 2020.

Daarnaast draagt ook een deel van de producten die wij maken het Climate Activator-keurmerk. Een belangrijke voorwaarde voor deze certificering is dat we de CO₂-footprint van de gecertificeerde producten met minimaal 25% hebben gereduceerd in 2030 (t.o.v. een baseline jaar).

Euro Caps is ook aangesloten bij de **SBTi** (Science Based Targets Initiative). De SBTi helpt bedrijven bij het stellen van geloofwaardige klimaatdoelen, gebaseerd op wetenschap. Ze dwingt bedrijven om hun emissies echt te reduceren — niet alleen te compenseren — en moedigt volledige transparantie aan. Door je doelen te laten goedkeuren door de SBTi laat je zien dat je serieus werk maakt van klimaatverantwoord ondernemen. Euro Caps heeft zich gecommitteerd aan zowel near-term als net-zero reductiedoelen in lijn met het 1,5°C-scenario. Dit betekent dat wij onze CO₂-reductiedoelen (m.b.t. scope 1, 2 en alle relevante scope 3 emissies) volgens strikte, wetenschappelijk onderbouwde methoden moeten berekenen en onderbouwen. Dit zorgt voor transparantie, vergelijkbaarheid én geloofwaardigheid van onze klimaatambities.



Scope 1-emissies (bronbenadering): Betreft de directe CO₂-uitstoot uit onze eigen activiteiten, zoals brandstofgebruik voor bedrijfswagens of gasverbruik voor het verwarmen van onze kantoren.

Scope 2-emissies: Zijn indirecte emissies, maar ontstaan door het opwekken van energie die wij inkopen en gebruiken, zoals elektriciteit. Deze zijn relatief makkelijk te meten; gebaseerd zijn op ons eigen energieverbruik.

Scope 3-emissies (ketenbenadering): Betreft de CO₂-uitstoot die ontstaat in de hele keten buiten onze directe controle om. Voor ons als inkoper van koffie/poeders/verpakkingsmaterialen en verpakker gaat het bijvoorbeeld om de uitstoot bij de teelt en verwerking van koffie, het transport van grondstoffen, het productieproces van verpakkingsmaterialen, en zelfs het gebruik van onze capsules door de consument thuis (denk aan energiegebruik van koffiemachines). Het zijn dus alle indirecte emissies die voortkomen uit onze activiteiten, maar die plaatsvinden bij andere partijen. Omdat deze emissies buiten onze eigen muren plaatsvinden, zijn we afhankelijk van gegevens van leveranciers, transporteurs en zelfs eindgebruikers. Vaak zijn deze gegevens niet volledig of niet beschikbaar, en elke schakel in de keten werkt anders. Daarnaast is het meten complex, alleen al omdat emissiefactoren (de hoeveelheid CO₂-uitstoot per eenheid materiaal) sterk kunnen variëren. Ze hangen af van meerdere factoren, zoals herkomst van het materiaal, productiemethoden, transportafstand, energiebron (grijs of groen), en of het materiaal gerecycled is.

Euro Caps is zich bewust van de impact die haar single serve koffie capsules hebben op het milieu en erkent dat deze niet te verwaarlozen is. Wij willen deze uitdagingen niet uit de weg gaan en streven naar transparantie. De eerste stap in dit proces is meten, omdat 'meten = weten'. Euro Caps wil duidelijk inzicht krijgen in de ecologische voetafdruk van haar capsules en hoe deze zich verhoudt tot andere manieren van koffie zetten.

Euro Caps 'doet in single serve', wat betekent dat zij haar koffie op zo'n manier verpakt dat er 1 kop koffie van gezet wordt. Dit biedt de consument onder meer gebruiksgemak en een consistente kwaliteit. De capsules zijn vaak in doosjes of zakken van 10, 16, 30 of 50 stuks verpakt. In de ogen van de gemiddelde consument is dit geen milieuvriendelijke manier van koffie zetten. De vraag is echter of dit terecht is.

Single serve kent namelijk ook belangrijke positieve effecten:

- Afgestemde porties: Er wordt geen koffie verspild of weggegooid.
- Energie-efficiency: Gezette koffie hoeft niet warm te worden gehouden op een warmhoudplaatje.

Het is nog maar de vraag of de single serve oplossing vanuit milieutechnisch oogpunt wel zo negatief uitpakt. Euro Caps wil de uitdaging aan gaan om dit in kaart te brengen. Wat de uitkomst van deze impactanalyse ook zal zijn, het staat vast dat het de droom van Euro Caps is om een kwalitatief hoogwaardige en betaalbare capsule te ontwikkelen die qua duurzaamheid kan concurreren met andere koffieproducten en zetmethoden.



¹ Het doel is om de Product Carbon Footprint (PCF) van Climate Activator (CA)-gecertificeerde producten in 2030 te hebben gereduceerd met 25% ten opzichte van *baseline year* 2021.

² Euro Caps heeft als doel om haar volledige waardeketenemissies (Scope 1, 2 en 3) drastisch te verminderen (met 50% in 2030 t.o.v. *baseline year* 2020), met als einddoel netto-nul uitstoot in uiterlijk 2050. Deze commitment voldoet aan de vereisten van zowel Climate Activator als die van de SBTi.

5. Verduurzaming productie

Zoals we eerder in dit document al aangaven; het is aan het begin van de keten waar de meeste duurzaamheidswinst te behalen is: Bij de boeren die onze koffie verbouwen en verwerken. Door duurzame landbouwpraktijken te ondersteunen kunnen we de negatieve effecten van koffieproductie op het milieu verminderen, kunnen we de biodiversiteit bevorderen en de sociale omstandigheden van de boeren verbeteren. Door te investeren in duurzame productiemethoden, zoals biologische teelt of eerlijke handelspraktijken, kunnen we niet alleen bijdragen aan een betere planeet, maar ook aan een rechtvaardigere en veerkrachtigere koffieketen.

Een van de manieren waarop we bijdragen, is door duurzaam gecertificeerde koffie in te kopen. In de afgelopen 3 jaar lag dit aandeel (Rainforest Alliance-, Fairtrade- en/of biologisch gecertificeerd) boven de 90%. Hiermee dragen we bij aan het bevorderen van duurzame landbouwpraktijken, het tegengaan van ontbossing, het verbeteren van arbeidsomstandigheden en de levensstandaard van koffieboeren.

Onderstaande duurzaamheidsinitiatieven zetten zich in voor verbeterde arbeidsomstandigheden, de bescherming van het milieu en het verbeteren van de opbrengst. Elk initiatief doet dit middels een eigen standaard met daarin sociale-, milieu- en economische criteria voor verantwoorde productie en handel. Wanneer boerenorganisaties hieraan voldoen, ontvangen ze een certificering als bewijs. Hiermee kunnen ze hun koffie duurzaam gecertificeerd verkopen.



Fairtrade helpt boeren en arbeiders in ontwikkelingslanden een betere plek te verwerven in de handelsketen, zodat ze kunnen leven van hun werk en kunnen investeren in een duurzame toekomst.



Biologisch geteelde producten voldoen aan de strenge eisen van biologische landbouwmethoden: er wordt tijdens het telen geen gebruik gemaakt van chemische bestrijdingsmiddelen en kunstmest en worden er alleen natuurlijke methoden toegepast om de bodem vruchtbaar te houden.



Rainforest Alliance richt zich op transparantie en traceerbaarheid in de gehele handelsketen en op duurzame professionalisering van boerenbedrijven: Rainforest Alliance geeft richtlijnen voor betere teelt en productiemethoden, arbeidsomstandigheden, zorg voor de natuur en toekomstige generaties.

Omdat wij niet willen bijdragen aan ontbossing bereiden wij ons actief voor op de Europese ontbossingsverordening (EUDR) die vanaf december 2025 van kracht wordt. Deze verordening vereist dat koffie niet afkomstig is van percelen waar na 31 december 2020 ontbossing heeft plaatsgevonden. Door zorgvuldig in te kopen bij leveranciers die transparantie bieden over hun toeleveringsketens, zorgen we ervoor dat onze koffieproductie geen negatieve invloed heeft op de wereldwijde ontbossing. Dit bevordert de bescherming van bossen en biodiversiteit, terwijl het ook helpt bij het verminderen van CO₂-uitstoot, wat een positieve impact heeft op het klimaat.

Euro Caps werkt graag mee aan projecten die het verschil kunnen maken. Zo hebben we de afgelopen jaren in Apui, Brazilië, samen met het Wereld Natuur Fonds gewerkt aan een agroforestry-project. En binnenkort starten we een nieuw avontuur in Espírito Santo, aan de oostkust van Brazilië. Daar gaan we bijdragen aan een landschap-herstelproject. Het project maakt deel uit van de **Atlantic Forest 2030 Vision**, een initiatief dat gericht is op het herstellen van gedegrademd land, het uitbreiden van bos, het vastleggen van meer CO₂, het beschermen van leefgebieden van bedreigde diersoorten en het verbeteren van de leefomstandigheden van lokale gemeenschappen. Koffie die op dit herstelde stuk land wordt geproduceerd, zullen wij afnemen, zodat de families in het

gebied niet alleen kunnen bijdragen aan het herstel van hun landschap, maar ook toegang krijgen tot de markt.

Naast de processen en omstandigheden aan het begin van de koffieketen, moeten we ook onze eigen productieprocessen in overweging nemen. Het malen en verpakken van de koffie in de capsules kost veel energie. Jaarlijks verbruikt Euro Caps in haar fabrieken in Rotterdam circa 6,5 MW aan stroom. We werken aan continue verbetering van onze energieprestaties.

Voor Euro Caps geldt de energiebesparingsplicht (Wet milieubeheer) en de EED (Europese energie-efficiency richtlijn). We spannen ons in om energiebesparende maatregelen uit te voeren met een terugverdientijd van 5 jaar of minder, met als basis de erkende maatregelenlijst van RVO Nederland. In de praktijk betekent dit dat we steeds op zoek zijn naar manieren waarbij het nog beter kan. Onze productielocaties zijn volledig uitgerust met tl- of ledverlichting. Deze verlichting gebruikt veel minder stroom dan gloei- of halogeenlampen. We streven naar een *paperless office* en al het gas en elektriciteit welke jaarlijks door Euro Caps wordt verbruikt is afkomstig uit hernieuwbare bronnen (Hollandse Wind). Hiermee draagt Euro Caps bij aan de productie van duurzame energie, en aan beperking van de uitstoot van broeikasgassen als CO₂.

EED

De Energie-efficiëntie Richtlijn (EED) is een Europese richtlijn die grote bedrijven verplicht om elke vier jaar een energie-audit uit te voeren. Deze audit geeft inzicht in het energieverbruik binnen de organisatie en identificeert kosteneffectieve maatregelen om energie te besparen. In Nederland is de EED geïmplementeerd via het Activiteitenbesluit milieubeheer. Organisaties met meer dan 250 medewerkers of een jaaromzet van meer dan €50 miljoen én een balanstotaal van meer dan €43 miljoen vallen onder deze verplichting.

Naast de EED-auditverplichting geldt voor veel bedrijven ook de informatieplicht energiebesparing vanuit de Wet milieubeheer. Deze verplicht bedrijven en instellingen met een jaarlijks energieverbruik vanaf 50.000 kWh elektriciteit of 25.000 m³ aardgas (of equivalent) om energiebesparende maatregelen te nemen die zich binnen vijf jaar terugverdienen. Sinds 2019 moeten bedrijven via eLoket rapporteren welke maatregelen zij hebben genomen. Deze verplichting draagt bij aan de landelijke doelstelling om energieverbruik en CO₂-uitstoot fors terug te dringen.

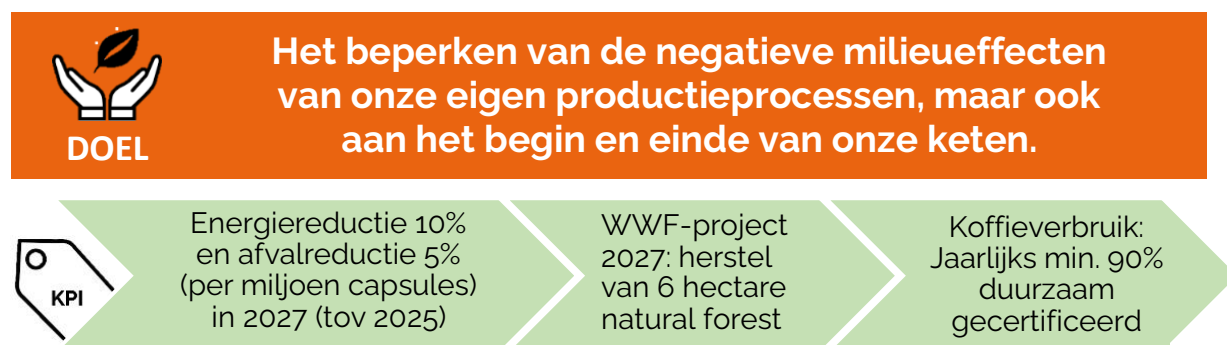
Ook de manier waarop we omgaan met verpakkingen en afval speelt een belangrijke rol omdat deze direct bijdragen aan grondstoffengebruik, uitstoot en afvalproductie. Door hier bewust beleid op te voeren kunnen we de milieu-impact van onze producten en processen aanzienlijk verkleinen en bijdragen aan een circulaire economie. We onderscheiden een aantal belangrijke maatregelen die wij nemen:

Verpakking

- ◇ Stimuleren van het gebruik van materialen die een lagere milieu impact hebben in de productiefase: gerecycled of hernieuwbaar;
- ◇ Stimuleren van het gebruik van verpakkingen die passen binnen een circulaire economie, en na gebruik opnieuw kunnen worden ingezet of op natuurlijke wijze worden afgebroken: recyclebaar of biologisch afbreekbaar.

Afval

- ◇ Hoeveelheid afval reduceren door het verminderen van uitval in het productieproces;
- ◇ Afvalstromen efficiënt scheiden zodat meer materialen hoogwaardig gerecycled kunnen worden, waardoor waardevolle grondstoffen behouden blijven en minder afval wordt verbrand of gestort.



KWALITEIT

Euro Caps staat voor kwaliteit. Kwaliteit van koffie. Maar ook kwaliteit van werken en kwaliteit van processen. Euro Caps voldoet aan de hoogste standaarden, werkt met de beste machines en maakt gebruik van de meest recente technologische ontwikkelingen. Euro Caps stelt hoge kwaliteitseisen aan zichzelf en aan het werk van haar medewerkers.

6.Kwaliteit van werken en leven

Euro Caps is een snelgroeiend bedrijf in een dynamische wereld. Niemand weet precies hoe werk over 10 of 20 jaar ingevuld wordt. Worden we allemaal vervangen door robots? Gaan we naar een 30-urige werkweek? Welke kennis en vaardigheden hebben we nodig? Wat we wel weten is dat dat werk door AI (Artificiële/ Kunstmatige Intelligentie), 3- of 4D-printing en biotechnologie ingrijpend zal veranderen. Niet alleen organisaties moeten zich hieraan kunnen aanpassen, ook - of misschien wel vooral - wordt van medewerkers gevraagd mee te bewegen met al die veranderingen. Daarom beschouwt Euro Caps vitaliteit als een strategisch aandachtspunt voor toekomstbestendige medewerkers. Vitaliteit gaat over je sterk en fit voelen, over het vermogen om met energie en veerkracht je dag door te komen en te beschikken over zowel fysieke als mentale kracht en doorzettingsvermogen. Vitaliteit gaat over flexibiliteit, wendbaarheid en over duurzame inzetbaarheid.

Euro Caps vindt het investeren in de vitaliteit van haar medewerkers letterlijk en figuurlijk van levensbelang. Een extra uitdaging is dat een groot deel van onze medewerkers in ploegdienst werkt, en daardoor te maken heeft met onregelmatige werktijden. Dit heeft een aanzienlijke impact op zowel hun fysieke gezondheid als op sociale aspecten, voor henzelf én hun directe omgeving. We willen deze medewerkers ondersteuning bieden bij deze onregelmatigheid. Maar ook voor medewerkers die in dagdienst werken vormt vitaliteit volgens Euro Caps een belangrijk fundament voor inzetbaarheid en welzijn. Een punt van aandacht voor kantoormedewerkers is dat uit steeds meer onderzoeken blijkt hoe ongezond langdurig zitten is¹.

Euro Caps wil zich actief inspannen om haar medewerkers te ondersteunen in een gezonde levensstijl, waarbij langdurig zitten wordt vermeden, er aandacht is voor gezonde voeding en meer bewegen. Zo bieden we een vitaliteitsscan aan, waarbij medewerkers een persoonlijk rapport ontvangen en concrete tips krijgen van een leefstijladviseur. Jaarlijks organiseren we een workshop voor ploegdienstmedewerkers, gericht op gezonde voeding en het belang van eten op de juiste tijdstippen. Daarnaast stimuleren we gezonde gewoontes door in alle ploegen en op kantoor gratis vers fruit aan te bieden.

Op elk van onze drie locaties staan deskbikes, waarmee medewerkers tijdens het werken hun bloedsomloop stimuleren en hun concentratie kunnen verbeteren. Onze ergonomisch coach bezoekt jaarlijks alle werkplekken voor advies en juiste afstelling van bureaustoelen. Verder bieden we stoelmassages aan door professionele masseurs met een visuele beperking, stimuleren we sport met korting op sportabonnementen, en bieden we bedrijfsmaatschappelijke coaching. Tot slot hanteren we een levensfasebewust personeelsbeleid waarmee we inspelen op de behoeften en mogelijkheden van medewerkers in verschillende levensfasen.



DOEL

Medewerkers stimuleren en begeleiden bij het versterken van hun fysieke en mentale veerkracht



Jaarlijks minimaal 3% van onze loonsom besteden aan vitaliteit (gezondheid, welzijn, preventie, duurzame inzetbaarheid) van medewerkers.

¹ https://www.tno.nl/media/1992/lang_zitten_tno_gl_1_13_07_1573n.pdf

7. Kwaliteit van producten en processen

Euro Caps is opgericht in 2012 en heeft een snelle groei doorgemaakt. Het leveren van kwaliteit, snelheid en maatwerk staat bij Euro Caps nog altijd hoog in het vaandel. Euro Caps onderscheidt zich door haar focus op kwaliteit, wat benadrukt wordt door de vele erkenningen en waarderingen die zij heeft ontvangen voor haar geproduceerde koffiecapsules.

Onze goed opgeleide mensen werken volgens de strengste eisen op het gebied van hygiëne en voedselveiligheid. Onze productielocaties zijn gecertificeerd volgens de *BRC Global Standard for Food Safety*. Leveranciers en fabrikanten die BRC-gecertificeerd zijn, moeten voldoen aan strikte eisen op het gebied van voedselveiligheid, kwaliteit en hygiëne. Zo hebben we een effectief kwaliteitsmanagementsysteem geïmplementeerd welke voldoet aan de principes van HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) en GMP (*Good Manufacturing Practices*). Dit omvat het waarborgen van veilige productomstandigheden, het toepassen van strenge hygiënepraktijken en het naleven van specifieke eisen voor de inrichting en onderhoud van de productieomgeving. Daarnaast documenteren en controleren we dat alle processen en producten voldoen aan de hoge normen die de BRC voorschrijft, om zo risico's voor de consument te minimaliseren en de consistentie van onze productkwaliteit te waarborgen.

Met het certificaat 'A +' voldoet Euro Caps op het hoogste niveau aan deze norm voor de kwaliteitsborging van levensmiddelen. We beschikken bovendien over een modern testlaboratorium en voeren uitgebreide kwaliteitscontroles uit.

QUALITY ASSURANCE



Euro Caps is BRCGS Food certified, ensuring the highest standards of food safety, quality, and regulatory compliance in the production of its coffee capsules.

Raw Material Inspection

We thoroughly inspect all incoming raw materials to ensure they meet our strict quality specifications. This includes verifying the chemical composition, physical properties and dimensional accuracy.

In-Process Monitoring

At every stage of production, our team of operators closely monitors the process parameters, such as temperature, pressure and timing, to maintain tight control over the manufacturing process.

Final Product Testing

Before releasing any products, we conduct a comprehensive series of tests to verify compliance with our quality standards. This includes assessing the physical characteristics, functionality and sensory properties of the capsules.

Rigorous Sampling

We implement a robust sampling plan to randomly select and test a portion of the production batches, ensuring the consistent quality of every single capsule that leaves our facility.

Continuous Improvement

We constantly review our quality assurance processes and implement the latest industry best practices to drive continuous improvement and maintain our position as a leader in sustainable and high-quality Nespresso compatible capsules.

Voor Euro Caps is ook de interne kwaliteitsbeleving van medewerkers belangrijk. Het gaat niet alleen om het naleven van externe normen, maar ook om hoe medewerkers zich persoonlijk verantwoordelijk voelen voor de kwaliteit van het product. Dit heeft veel te maken met betrokkenheid. Wanneer medewerkers

betrokken zijn bij het kwaliteitsmanagementsysteem, begrijpen ze het belang van voedselveiligheid en kwaliteitsstandaarden en dragen ze actief bij aan het naleven ervan. Dit bevordert niet alleen een cultuur van continue verbetering, maar versterkt ook de motivatie en verantwoordelijkheid van medewerkers om hoge kwaliteitsnormen te handhaven. Betrokkenheid bij kwaliteit zorgt ervoor dat medewerkers proactief handelen bij het identificeren van mogelijke risico's, het melden van afwijkingen en het implementeren van verbeteringen, wat uiteindelijk bijdraagt aan de algehele bedrijfsresultaten en klanttevredenheid. Kwaliteitsbeleving is een jaarlijks terugkerend thema en wordt meegenomen in het jaarplan van iedere medewerker.



Medewerkers stimuleren en begeleiden bij het versterken van hun fysieke en mentale veerkracht



Handhaven van de BRCGS A+ score

Voedselveiligheidscultuurmeting: deelnamepercentage van 50% en een gemiddelde score van 8 (in 2027).

**EURO
CAPS**

QUALITY. EVERY SINGLE TIME.