

MVO beleid Euro Caps – 2021
Missie, visie & strategie

MVO Missie

Euro Caps staat voor...

Euro Caps staat voor single serve. Voor goede en eerlijke koffie. Voor kwaliteit en openheid. Euro Caps doet wat ze zegt en zegt wat ze doet. Zonder poespas of durfdoenerij, 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 retailers en koffiebranders die consumenten willen laten genieten van goede koffie tegen een eerlijke prijs. Euro Caps is een 'private-label' fabrikant op de markt van Nespresso en Dolce Gusto koffie-capsules. Euro Caps levert wereldwijd (huismerk) koffiecapsules aan supermarkten, grote (koffie) merken, winkels en via online verkopen.

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 de beste koffie te leveren tegen een eerlijke prijs. Door medewerkers kansen te bieden zich te ontplooiën en te groeien. Door de voetafdruk van koffie inzichtelijk te maken en deze te verlagen. Door inzicht te krijgen in- en verantwoordelijkheid te nemen voor haar handelen. Door mensen te laten genieten van de beste duurzame koffie.

Euro Caps levert (maatschappelijke) meerwaarde....

- Voor consumenten die genieten van haar koffie.
- Voor klanten als koffie expert tegen een eerlijke prijs.
- Voor medewerkers die kansen krijgen zich te ontwikkelen, te groeien en inkomsten te genereren.
- Voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt door hen te stimuleren aansluiting te krijgen bij de arbeidsmarkt.
- Voor boeren/telers die een eerlijke prijs voor hun koffie krijgen, onder goede arbeidsomstandigheden kunnen werken en hun kennis vergroten over duurzaam telen.
- Voor de maatschappij door zich in te zetten voor een duurzame koffieketen en een betere wereld.

MVO-visie en strategie

Euro Caps

Euro Caps is een besloten vennootschap die in 2012 is opgericht, is gevestigd in Rotterdam en is actief op de private-label koffiemarkt in capsules. Met de productie van zo'n 3 miljoen capsules per dag, 450 medewerkers en 2 productielocaties is Euro Caps wereldwijd gezien een belangrijke speler op de markt van koffiecapsules.

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

MVO visie – punt op de horizon:
Euro Caps wil in 2030 de grootste duurzame single serve private label capsule leverancier van de wereld te zijn.

De koffieketen – grenzen en aandacht

De koffieketen is een lange keten. Van teler, handelaar, brander, maler, verpakker, transporteur, retailer, consument tot afvalverwerker. Vanuit MVO-oogpunt is dit een risicovolle keten. Denk aan de invloed van de koffieplantages op het milieu, de sociale impact op lokale boeren en gemeenschappen en de ondoorzichtigheid rondom de prijs voor de koffie die er door de handelaren aan de boeren wordt betaald.

Euro Caps is een maler en een verpakker en zit midden in de keten. Euro Caps koopt gebrande bonen in, maakt deze en levert gevulde koffiecapsules via transporteurs aan retailers. Euro Caps koopt lege capsules in, evenals het karton of de folies die nodig zijn voor de verpakking. Zij stemt de smaak van de koffie en de wijze van verpakking af met haar klanten, veelal retailers.

De directe keten voor Euro Caps reikt van brander tot retailer, waarbij zij zelf de maler en verpakker is. Euro Caps is een belangrijke verpakker van koffie, maar heeft desondanks weinig directe invloed op de processen helemaal in het begin van de keten, zoals het gebruik van pesticiden op de plantages of het ontvangen van eerlijk loon en de arbeidsomstandigheden van de koffieboeren. Euro Caps koopt immers gebrande bonen in bij de branderijen en heeft geen directe contacten met telers of handelaren.

Het MVO-beleid van Euro Caps heeft betrekking op de volgende keten:



Daar waar mogelijk zal Euro Caps proberen haar invloed uit te oefenen om de issues die er spelen in het begin van de keten te verbeteren, maar de eerlijkheid gebied te vermelden dat deze invloed niet heel groot zal zijn. De verantwoordelijkheid voor het stuk van herkomst (teler) naar brander, vult Euro Caps in door het gebruik van duurzame en gecertificeerde koffie. 97% van de koffie die Euro Caps gebruikt is gecertificeerde koffie, van Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade of biologisch. Hiermee is het overgrote meerderheid van de koffie die Euro Caps gebruikt duurzame koffie en zijn hiermee de belangrijkste mogelijke issues – denk aan een eerlijke prijs en goede arbeidsomstandigheden - in het begin van de keten afgedekt. Euro Caps verwacht ook niet dat de beoogde verandering in de manier van koffie consumeren, dus meer via capsules, de totale consumptie van koffie per se zal laten groeien. Vanuit duurzaamheidsperspectief is de invloed op de totale koffiemarkt daarmee ook beperkt. Om hier wel onze verantwoordelijkheid te nemen, gaan we via ons proces voor leveranciers goedkeuring en audits wel de discussie aan met onze leveranciers over hun bijdragen voor een duurzame koffie consumptie.

Opwaarts in de keten heeft Euro Caps relatief weinig directe invloed op de consument. Uiteraard wil zij consumenten via de verpakking aanzetten tot het scheiden van afval, maar de ervaring leert dat consumenten lastig aan te zetten zijn tot gedragsverandering en dat de invloed van Euro Caps hierop gering is. In dat opzicht gelooft Euro Caps dat je het consumenten zo makkelijk mogelijk moet maken. Dit is iets waar Euro Caps hard aan werkt en altijd in het oog houdt bij het ontwikkelen van nieuwe verpakkingen en producten.

Stakeholders

Euro Caps staat midden in de samenleving en heeft een plek midden in een lange koffieketen. De stakeholders uit de keten zijn telers, handelaren, transporteurs, branders, verpakkers, retailers, consumenten en afvalverwerkers. Maar daarnaast zijn bijvoorbeeld ook medewerkers, omwonenden, aandeelhouders en brancheverenigingen belangrijke betrokkenen voor Euro Caps.

Met vele stakeholders heeft Euro Caps dagelijks contact, met andere minder frequent. Om de contacten met ook de minder frequent gehoorde stakeholders te intensiveren, wil Euro Caps periodiek stakeholderdialogen gaan organiseren en met hen maatschappelijke issues bespreken die op dat moment relevant zijn. Zo wil Euro Caps samen met haar stakeholders op termijn komen tot een geverifieerde materialiteitsindex.

Sustainable Development Goals

De Sustainable Development Goals – ook wel de Duurzame Ontwikkelingsdoelen – zijn in 2016 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.

Kort en goed willen de 17 doelen samen de wereld in 2030 'een betere plek maken'.



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 een of meer ontwikkelingsdoelen. Zo ook Euro Caps. De SDG's geven richting en urgentie aan voor het MVO-beleid van de onderneming.

Niet alle 17 doelen zijn voor Euro Caps even relevant of urgent. Of Euro Caps heeft er slechts een beperkte impact op. Daarom heeft Euro Caps gekozen om zich met name te concentreren op de volgende vijf doelen:



1. Geen armoede

Eerlijke loon en goede arbeidsomstandigheden voor koffieboeren en uitzendkrachten.

3. Goede gezondheid en welzijn

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

4. Kwaliteitsonderwijs

Medewerkers een leven lang laten leren.
Delen van kennis hier en elders.

12. Duurzame consumptie en productie

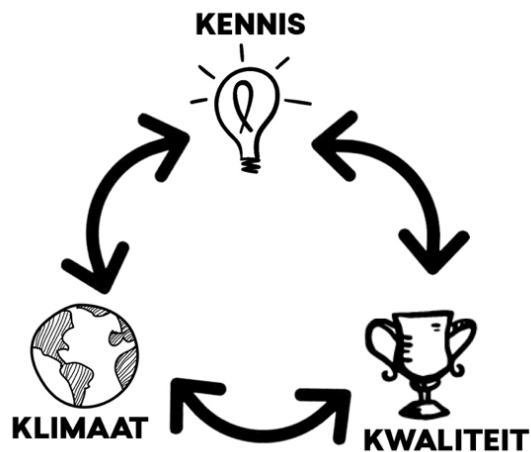
Duurzame & gecertificeerde koffie.
Duurzaam organiseren en produceren.

13. Klimaatverandering aanpakken

In kaart brengen en verminderen van uitstoot GHG (CO₂) van koffie, capsules, verpakking en productie.

De drie pijlers van het MVO beleid van Euro Caps

Het MVO-beleid van Euro Caps kent drie pijlers: kennis, klimaat en kwaliteit.



De drie pijlers zijn onderverdeeld in negen speerpunten:



Kennis

- Kennis en ontwikkeling van medewerkers
- Kennis en ontwikkeling van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
- Kennis en ontwikkeling van koffie, ingrediënten en capsules



Klimaat

- Voetafdruk koffie en capsules
- Verantwoorde productie
- Verantwoorde consumptie



Kwaliteit

- Kwaliteit van werken – vitaliteit van medewerkers

- Kwaliteit van processen – verbeteren organisatie
- Circulariteit (verantwoord grondstof gebruik)



KENNIS

Kennis en ontwikkeling van medewerkers

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

Euro Caps gelooft in de kracht van kennis. Zonder goede opleiding heb je minder mogelijkheden om aan werk te komen en werk te behouden dat bij je past. Daarom geeft Euro Caps haar medewerkers de kans zich te blijven ontwikkelen en stimuleert zij iedereen om een leven lang te leren. Omdat werk steeds sneller verandert, bijvoorbeeld door de komst van technologie, is het noodzakelijk dat medewerkers zich deze nieuwe technieken, kennis of competenties eigen blijven maken.

Het vergroten van kennis, competenties 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 arbeidsmarkt fitte 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 al weer achterhaald zijn. Het tempo ligt hoog. Euro Caps speelt mee in de 'Champions League van de koffiewereld' en wil dat nog lang blijven doen. Euro Caps kan alleen op dit niveau blijven meespelen, als iedereen samenwerkt en topfit is, zowel fysiek, mentaal als qua kennis. Dit verstaan we bij Euro Caps onder goed werkgeverschap.

Leergierige en betrokken medewerkers zorgen ervoor dat Euro Caps wendbaar is, dat de medewerkers verantwoordelijkheid nemen en ondernemerschap tonen. Hierdoor kan Euro Caps snel inspelen op veranderingen in de markt en kan zij blijven werken aan en met 'state of the art'- machines en capsules. Dit is nodig om de doelstelling om in 2030 de grootste duurzame single serve private label capsule leverancier van de wereld te zijn waar te kunnen maken.

→ Doel kennis en ontwikkeling van medewerkers:

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

(KPI: Minimaal 1,5% (2016) van de loonsom besteden aan opleiden en ontwikkelen van medewerkers)

Kennis en ontwikkeling van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt

Euro Caps investeert niet alleen in de ontwikkeling van haar eigen medewerkers. Zij komt ook op voor mensen die het niet zo makkelijk hebben op de arbeidsmarkt, bijvoorbeeld omdat ze minder kansen kregen of – om welke reden dan ook - een valse start hebben gemaakt. Ook hier vindt Euro Caps dat kennis, en het afronden van een passende opleiding, essentieel is om verder te komen. Het zijn essentiële bouwstenen in de ontwikkeling van ieder mens. Kennis betekent vrijheid, zelfstandigheid, gelijke kansen, emancipatie, ondernemerschap, hoop en toekomst. Kennis is macht en biedt mogelijkheden. Mogelijkheden om je eigen weg te gaan en je eigen toekomst vorm te geven.

Kennis biedt kansen. Kansen die moet je pakken, maar ook moet krijgen. Sommigen hebben daar net iets meer hulp bij nodig dan anderen. Dit is dan ook de reden waarom Euro Caps het zo belangrijk vindt om binnen haar onderneming leerplekken en stagemogelijkheden te creëren. Zodat theorie – maar ook andere vaardigheden die horen bij het hebben van een baan, zoals op tijd komen, verantwoordelijkheid nemen en de omgang met collega's - omgezet worden naar de praktijk. Naast het toepassen van kennis zijn het ontwikkelen van deze vaardigheden essentieel om een baan te krijgen en te behouden.

Naast het creëren van kansen binnen haar eigen bedrijf, ondersteund Euro Caps ook een aantal bijzondere initiatieven op dit gebied, waaronder twee projecten in Rotterdam: 'de heilige boontjes' en 'de harde leerschool'.

De heilige boontjes

Via het project 'de heilige boontjes' krijgen kwetsbare Rotterdamse jongeren de kans om via een intensief traject opgeleid te worden tot koffiebrander, barista en distributeur. De jongeren hebben om uiteenlopende redenen een valse start gemaakt en hebben niet zelden in detentie gezeten of hebben hoge schulden. Het krijgen van een normale baan via de bestaande kanalen is voor hen lastig. De jongeren krijgen 50 weken lang kennis en vaardigheden aangeleerd die nodig zijn om weer aan te sluiten op de arbeidsmarkt. Een van de belangrijkste onderdelen is het aanleren van werkethiek. De heilige boontjes streeft er naar de jongeren na deze periode weer onderdeel zijn van de maatschappij en hun kans op werk is vergroot.

De harde leerschool

De harde Leerschool is bedoeld voor kansarme Rotterdamse jongeren met een grote afstand tot de arbeidsmarkt. De jongeren leren via een intensief rugby programma om vertrouwen en respect te krijgen in zichzelf en in elkaar door een fysiek en mentaal programma te doorlopen. Het programma gaat in op de problemen die de jongeren hebben met gedrag, werkloosheid, criminaliteit en autoriteit. Hierdoor worden ze voorbereid op werk of een opleiding.

Euro Caps ondersteunt 'de harde leerschool' en 'de heilige boontjes' financieel en biedt daarnaast ook werk/ervaringsplekken op haar productielocaties.

→ Doel kennis en ontwikkeling van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt:





- Kansen genereren voor Rotterdamse mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

(KPI: minimaal xx aantal mensen per jaar ondersteunen door hen werk/ervaringsplekken te bieden)

Kennis en ontwikkeling van koffie, ingrediënten en capsules

Euro Caps is een koffie specialist en heeft dus veel kennis in huis over hoe je de lekkerste koffie zet. Euro Caps is voortdurend bezig om de beste kwaliteit koffie tegen een eerlijke prijs te leveren aan haar klanten. Daar waar mogelijk deelt Euro Caps de kennis over koffie en capsules, met haar medewerkers, klanten, leveranciers en de consument. Daarnaast volgt Euro Caps de ontwikkelingen op de voet en is het ook mogelijk om capsules te vullen met andere ingrediënten.

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 er zuurstof bij koffie komt gaat deze snel in kwaliteit omlaag. Het is daarom van belang dat de koffie luchtdicht verpakt wordt. Tot medio 2017 gebruikte Euro Caps zogenaamde 'open capsules' zodat deze per stuk in een folie luchtdicht verpakt werden. Met de ontwikkeling van een zogenaamde 'barrière-capsule' medio 2017 is Euro Caps overgestapt om een luchtdichte capsule, waarmee een afvalreductie van 2/3 is gerealiseerd. Dit heeft niet alleen een positieve invloed op de smaak en de verpakking, maar ook op de opslag en het transport. En de reductie heeft daarmee ook een aanzienlijke positieve impact op het milieu, zoals uit onderstaand overzicht blijkt.

	Voor medio 2017	Na medio 2017	Besparing
 Karton	0,12m ²	0,06m ²	50%
 Folie	0,02m ²	0	100%
 Opslag	44352*	123552*	64%
 TRANSPORT			

* CE per pallet

Euro Caps is dus verheugd met haar nieuwe capsule. De huidige – luchtdichte-capsule heeft als nadeel dat deze uit plastic en nog een ander materiaal is opgebouwd. Hierdoor is het niet goed mogelijk de capsules na gebruik te recyclen en moeten ze bij het restafval gegooid worden. Dat hiermee een aanzienlijke bijdrage wordt geleverd aan de berg niet goed recyclebaar plastic is Euro Caps een doorn in het oog.

De volgende stap die Euro Caps wil maken is een biologisch afbreekbare capsule van een goede kwaliteit tegen een aanvaardbare prijs. Een betaalbare cup die in zijn geheel bij het groene afval, of op de composthoop gegooid kan worden. Momenteel bestaat zo'n capsule nog niet. De biologisch afbreekbare capsules die nu op de markt zijn, zijn of nog te duur, of ze voldoen niet aan de kwaliteitseisen die Euro Caps er aan stelt. De capsules laten bijvoorbeeld te veel

zuurstof door, beginnen te snel te composteren of de doorloop voldoet niet aan de hoge kwaliteitseisen die Euro Caps stelt.

De R&D-afdeling van Euro Caps is samen met de leveranciers van de capsules bezig met de ontwikkeling van goed afbreekbare capsules, tegen een aanvaardbare prijs en welke voldoet aan de hoogste kwaliteitseisen. Met de kennis die Euro Caps en haar capsules leveranciers in huis hebben is dit een kwestie van tijd. Euro Caps investeert veel tijd, kennis en geld in de ontwikkeling van een duurzame en toekomstbestendige capsule.

→ Doel kennis en ontwikkeling van koffie en capsules:

- Het ontwikkelen van een composteerbare capsule met behoud van bestaande kwaliteit

(KPI: In 2018 – 2019 – 2020 heeft Euro Caps XXX ontwikkeld. Uiterlijk 2025 heeft Euro Caps een composteerbare capsule die voldoet aan de eisen van Euro Caps.)



Strategische doelen pijler kennis

Strategische doelen met betrekking tot de pijler kennis:

- 1.** Medewerkers duurzaam inzetbaar houden door hen stimuleren tot een leven lang leren.
- 2.** Kansen genereren voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
- 3.** Het ontwikkelen van een composteerbare capsule met behoud van bestaande kwaliteit



KLIMAAT

Klimaatverandering

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. Ze 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 gedijt 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 kijkt nogal nauw en daarom kan je koffie niet op iedere willekeurige plek verbouwen.

Diverse onderzoeken¹ tonen aan dat de onregelmatige regenval en de toegenomen intensiteit hiervan een bedreiging is voor de opbrengst van de koffiestruik. De struiken geven minder bessen en deze vallen ook vaker uit door zware regenval of hagelbuien. Bovendien komt er steeds meer schimmel voor, welke eveneens een bedreiging vormen voor de opbrengst.

Klimaatverandering zorgt voor temperatuurstijging, verhoogde en intensieve neerslag en een toename van insecten en schimmels en daarmee met verhoogd gebruik van pesticiden. Er wordt nu al op grote schaal regenwoud verwoest voor het opzetten van koffieplantages, waarbij de struiken niet in de schaduw groeien maar in de zon. Om deze plantages ziektevrij te houden zijn grote hoeveelheden pesticiden nodig die slecht zijn voor mens en milieu. Al met al geen goed nieuws voor een gevoelige plant en voor het milieu.

Door de temperatuurstijging zullen de koffieboeren op steeds grotere hoogte gaan telen. De verwachting is dat men tegen 2050 de koffiestruiken op ongeveer 1.600 meter hoogte zal verbouwen. Dit zal de druk op natuurlijke hulpbronnen verder doen toenemen.

Klimaatverandering heeft dus een grote impact op de koffieplant en daarmee ook op het leven van de telers die hun opbrengsten zien dalen omdat de oogsten tegenvallen. Euro Caps verwacht dat de klimaatverandering op middellange termijn een strategische bedreiging is en spant zich om haar negatieve impact op het klimaat te verkleinen, onder andere door de ontwikkeling van afbreekbare capsules, het verlagen van haar CO₂-uitstoot en het verder stimuleren van het gebruik van gecertificeerde koffie.

¹ De Nederlandse landbouwkundige Piet van Asten doet al jaren onderzoek naar koffie. Het is niet zozeer de totale jaarlijkse neerslag zelf die voor problemen zorgt, als wel de trend waarmee de verdeling van de neerslag verandert. In de droge periode slaapt de koffieplant. Als er dan ineens een flinke bui komt, verschijnen er bloesems. Maar als het daarna weer weken droog is, verwelken ze voordat er een besje kan ontstaan. Volgens een studie van Van Asten en collega's in het tijdschrift *Agricultural and Forest Meteorology* daalde de opbrengst van de koffieplantages in Tanzania sinds de jaren zestig van 500 kilo per hectare naar iets meer dan 300 kilo. Er is een rechtstreeks verband met de temperatuurstijging van ongeveer 0,3 graden Celsius per decennium. Het International Center for Tropical Agriculture (CIAT) in Colombia deed in 2015 uitgebreid onderzoek naar de toekomst van de arabica koffie. De resultaten waren zorgwekkend. Zonder maatregelen is een kwart van de plantages in Brazilië, 's werelds grootste producent, over een paar decennia ongeschikt voor de arabica-teelt. Ook in Midden-Amerika en Indonesië slinkt het gebied waar koffie verbouwd kan worden. (Bron NRC Handelsblad 15 mei 2017)

De voetafdruk van koffie en capsules

Het beperken van de negatieve impact op het milieu is een tweede pijler van het MVO beleid van Euro Caps. Met haar single serve koffie capsules heeft Euro Caps een niet te verwaarlozen impact op het milieu. Hiervoor loopt Euro Caps niet weg. Ze wil de spelende issues onder ogen komen en hier transparant over zijn. Dat begint met meten, want meten = weten. Euro Caps wil duidelijkheid over de voetprint van capsules en hoe zich dit verhoudt tot andere wijzen van koffie zetten.

Er is veel onduidelijkheid over de CO₂ voetafdruk van koffie en capsules. 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. De capsules zijn vaak in doosjes of zakken van 10 of 16 stuks verpakt. In de ogen van de gemiddelde consument is dit geen milieuvriendelijke wijze van koffie zetten. De vraag is echter of dit terecht is.

Single serve kent namelijk ook twee belangrijke positieve effecten:

- Er wordt geen koffie verspild of weggegooid.
- Gezette koffie hoeft niet warm te worden gehouden op een warmhoudplaatje.

Dit afgezet tegen een pot koffie waarvan regelmatig een groot deel alsnog in het afvoerputje terecht komt - nadat het soms twee uur warm gehouden is - is het de vraag of de single serve oplossing milieutechnisch 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 100% composteerbaar is. De R&D afdeling van Euro Caps is nauw betrokken bij de ontwikkeling van een dergelijke capsule, maar op dit moment voldoet deze nog niet aan de door Euro Caps gestelde kwaliteitseisen. Euro Caps wil hierbij niet inboeten op kwaliteit en deze capsule mag en kan ook niet twee keer zo duur zijn als de huidige capsules, omdat Euro Caps hiermee zichzelf uit de markt zou prijzen. Maar de ontwikkelingen gaan snel en de verwachting is dat een dergelijke capsule op de middellange termijn beschikbaar zal zijn.

→ Doelen voetafdruk van koffie en capsules:

- Het in kaart brengen en het reduceren van de voetafdruk van capsules.
(KPI: In 2017 maakt Euro Caps een 0-meting mbt de CO₂-voetafdruk van de capsules, het productieproces en de organisatie.
In 2018/2019/2020 reduceert Euro Caps haar CO₂-voetafdruk met XX% per jaar.)

Meer vraag naar koffie - groei

Iedere dag worden er wereldwijd meer dan 2 miljard koppen koffie gedronken. Nederlanders zijn een van de grootste koffiedrinkers per dag met 50 miljoen koppen per dag. Wereldwijd is het aantal koppen koffie in ruim 10 jaar met zo'n 40% gegroeid en de verwachting is dat aan die groei voorlopig geen einde komt. Kijken we naar het jaar 2050 dan is de verwachting dat we 2 tot 3 keer zoveel

koffie nodig hebben als vandaag de dag. Tegelijkertijd is het de verwachting dat de beschikbare en geschikte omstandigheden die nodig zijn om koffie te produceren met de helft zal afnemen, onder meer door de effecten van de klimaatverandering.

Bovenstaande uitgangspunten zorgen voor een aanzienlijk spanningsveld tussen vraag en aanbod van (duurzame) koffie, en pleiten voor actie om meer aandacht te besteden aan een verantwoorde productie en consumptie van koffie.

Verantwoorde productie

Reduceren van de CO₂-uitstoot

Het malen en verpakken van de koffie in de capsules kost veel energie. Jaarlijks verbruikt Euro Caps in haar fabrieken in Rotterdam circa 3 MW aan stroom. Euro Caps maakt hierbij gebruik van groene stroom. Maar daarnaast spant Euro Caps zich ook in om de voetafdruk van haar kantoor en organisatie te verkleinen. Bijvoorbeeld door het gebruik van LED verlichting, het scheiden van afval en door te streven naar een paperless office. Ook innoveert Euro Caps haar verpakkingen en heeft ze door het gebruik van barrière capsules in 2017 een enorme stapgemaakt in het reduceren van verpakkingsmateriaal en daarmee ook in opslag en transport.

→ Doel verantwoorde productie/ reduceren van de CO₂-uitstoot

- De CO₂-uitstoot van het productieproces en van de organisatie in kaart brengen en verminderen.

(KPI: In 2018-2019-2020 reduceert Euro Caps haar CO₂-voetafdruk met XX% per jaar)

Tegengaan van armoede

Hoewel de 17 Sustainable Development Goals (SDG's) niet gerangschikt zijn op volgorde van urgentie of belangrijkheid, is het niet toevallig dat het eerste doel 'het tegengaan van armoede' is. Leven in armoede heeft grote invloed op mens en maatschappij. Door armoede ontstaat ongelijkheid. Ongelijkheid op het gebied van onderwijs, levensverwachting en kansen om een fatsoenlijk leven op te bouwen. Euro Caps meent dat kennis, opleiding en scholing een cruciale rol speelt in het tegengaan van armoede. Zowel in de koffieproducerende landen, als in Europa. Het is daarom dat Euro Caps in haar productieproces alleen werkt met gecertificeerde uitzendbedrijven, die voldoen aan alle wettelijke vereisten.

Het is ook daarom dat Euro Caps het belangrijk vindt dat de koffieboeren een fatsoenlijk prijs voor hun bonen ontvangen en onder goede arbeidsomstandigheden werken. Dat zij verantwoord produceren. Door gebruik te maken van gecertificeerde koffie, draagt Euro Caps bij aan een betere kwaliteit van leven voor de boeren en hun gezinnen en draagt op die manier bij het tegengaan van armoede.

→ Doel verantwoorde productie/ tegengaan van armoede:

- Het verder stimuleren van het gebruik van duurzaam geproduceerde producten (gecertificeerde koffie).

(KPI: In 2018 – 2019 verwerkt Euro Caps XX% gecertificeerde koffie, waarbij deze in 2020 100% zal zijn)

Verantwoorde consumptie

Euro Caps koopt haar koffie niet rechtstreeks in bij boeren, maar bij grote koffiebranders. De klanten van Euro Caps vragen om een bepaalde smaak, kwaliteit en certificering waarbij Euro Caps een adviserende rol heeft. Dikwijls gaat dit gesprek ook over duurzaamheid. Anno 2019 is 82% van de koffie die Euro Caps voor haar klanten koopt gecertificeerde koffie, van Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade of biologisch. Euro Caps stimuleert het gebruik van gecertificeerde koffie. Euro Caps heeft zich ten doel gesteld om in 2020 alleen nog maar gecertificeerde koffie te gebruiken.

→ Doel verantwoorde consumptie

- Het verder stimuleren van het gebruik van duurzaam geproduceerde koffie.

(KPI: In 2018 – 2019 verwerkt Euro Caps XX% gecertificeerde koffie, waarbij deze in 2020 100% zal zijn)

Reduceren van reststromen en recycling in kaart brengen en maximaliseren

Om reststromen te verminderen optimaliseren kijkt Euro Caps o.a. naar haar productielijnen en logistieke systemen. Ook productinnovatie, waardoor meer eindproduct uit grondstoffen gehaald kan worden, of conserveringstechnieken dragen bij aan de vermindering van reststromen en dus aan grondstoffefficiëntie.

Euro Caps werkt samen met Rotterzwam. Het koffiedik wordt ingezameld en door Rotterzwam hergebruikt voor het kweken van oesterzwammen.

→ Doel reduceren van reststromen en recycling in kaart brengen en maximaliseren
Het verder stimuleren van het reduceren van reststromen en recycling maximaliseren

(KPI: In 2020 heeft Euro Caps XXkg koffiedik gered en daarmee XXCo2 bespaard)



Strategische doelen pijler Klimaat

Strategische doelen met betrekking tot de pijler klimaat:

1. Het in kaart brengen en het reduceren van de voetafdruk van capsules.
2. De CO₂-uitstoot van het productieproces en de organisatie in kaart brengen en verminderen.
3. Het verder stimuleren van het gebruik van verantwoord geproduceerde producten (o.a. gecertificeerde koffie)
4. Het reduceren van reststromen en recycling in kaart brengen en verder maximaliseren (o.a. in samenwerking met Rotterzwam)



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 laatste technologische ontwikkelingen. Euro Caps stelt hoge kwaliteitseisen aan zichzelf en aan het werk van haar medewerkers.

Kwaliteit van werken – vitaliteit van medewerkers

Euro Caps is een snelgroeiend bedrijf in een veranderende wereld. De werkdruk is hoog en wendbaarheid van medewerkers is essentieel om te kunnen blijven voldoen aan de steeds veranderende eisen van de markt. Euro Caps vindt het belangrijk dat haar medewerkers fysiek en mentaal wendbaar zijn en blijven om mee te kunnen blijven bewegen met het bedrijf.

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 - moeten de medewerkers mee kunnen bewegen met al die veranderingen.

Daarom ziet Euro Caps vitaliteit als een van de kerncompetenties van de toekomst. Vitaliteit gaat over het bruisen van energie, over je sterk en fit voelen, over lang en onvermoeibaar door kunnen gaan en beschikken over grote fysieke en mentale veerkracht 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 verzwarende omstandigheid is dat een belangrijk deel van de medewerkers van Euro Caps in ploegendienst werkt en dus te maken heeft met onregelmatige werktijden. Dit heeft een niet te onderschatten impact op fysieke ongemakken en sociale aspecten voor hen zelf en de directe omgeving van deze medewerkers. Euro Caps wil deze medewerkers ondersteuning bieden bij deze onregelmatigheid.

Maar ook voor medewerkers die in dagdienst werken vindt Euro Caps vitaliteit een belangrijke competentie. Altijd en overal kunnen inloggen, mails lezen en bereikbaar (moeten) zijn kan als belastend en stressvol ervaren worden. Een ander punt van aandacht voor kantoormedewerkers is dat uit steeds meer onderzoeken blijkt hoe ongezond langdurig zitten is². 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

² https://www.tno.nl/media/1992/lang_zitten_tno_gl_l_13_07_1573n.pdf

en meer bewegen. Euro Caps vindt het van belang om met elkaar een gezonde werkcultuur te creëren en actief aandacht te besteden aan de competentie vitaliteit. Euro Caps wil daarom een gedegen vitaliteitsplan ontwikkelen, waarin er aandacht is voor de uiteenlopende aspecten van vitaliteit.

Door te investeren in de vitaliteit van medewerkers, wil Euro Caps de kwaliteit van werken verhogen en geeft zij invulling aan het begrip goed werkgeverschap.

→ Doel kwaliteit van werken:

- Medewerkers stimuleren en begeleiden bij een gezonde en vitale levensstijl (duurzame inzetbaarheid).

(KPI: in 2018 heeft Euro Caps in vitaliteitsplan en besteedt zij XX% van de loonsom aan vitaliteit.)

Kwaliteit van processen – het verbeteren van de organisatie

Euro Caps is opgericht in 2012 en heeft een snelle groei doorgemaakt. Het leveren van kwaliteit, snelheid en maatwerk heeft en staat nog altijd hoog in het vaandel. Dat Euro Caps zich weet te onderscheiden op kwaliteit blijkt ook uit de vele waarderingen die zij heeft gekregen met betrekking tot de door haar geproduceerde koffiecapsules.



Kwaliteitsbeleving onder alle medewerkers van Euro Caps

Naast het feit dat Euro Caps naar buiten toe gericht is kwaliteit, wordt dit ook intern doorgevoerd. Kwaliteitsbeleving is een jaarlijks terugkerend thema en wordt meegenomen in het jaarplan van iedere medewerker

→ Doel kwaliteitsbeleving onder alle medewerkers van Euro Caps

- Bewustzijn van en kwaliteitsbeleving onder alle medewerkers van Euro Caps: Quality. Every Single Time.

(KPI: in 2020 heeft Euro Caps vanuit de jaarlijkse enquête omtrent kwaliteitsbeleving onder alle Euro Caps collega's een score van 7 of hoger)



Strategische doelen pijler Kwaliteit

Met betrekking tot de pijler kwaliteit heeft Euro Caps de volgende strategische doelen:

1. Medewerkers stimuleren en ondersteunen bij een gezonde en vitale levensstijl (duurzame inzetbaarheid)
2. Bewustzijn van en kwaliteitsbeleving onder alle medewerkers van Euro Caps: Quality. Every Single Time.

Samenvatting MVO-beleid Euro Caps

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

Dat is een ambitieuze doelstelling en vraagt om een ambitieus MVO-beleid. Het MVO-beleid van Euro Caps draagt in positieve zin bij aan de volgende 5 Sustainable Development Goals:



Voor Euro Caps zijn deze 5 SDG uitgewerkt in de volgende 3 pijlers: Kennis, Klimaat en Kwaliteit. De 3 pijlers zijn onderverdeeld in 9 speerpunten.



Kennis

- Kennis en ontwikkeling van medewerkers
- Kennis en ontwikkeling van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
- Kennis en ontwikkeling van koffie, ingrediënten en capsules



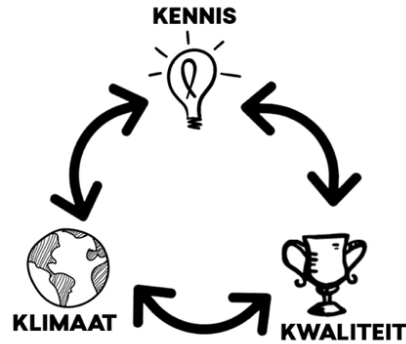
Klimaat

- Voetafdruk koffie en capsules
- Verantwoorde productie
- Verantwoorde consumptie



Kwaliteit

- Kwaliteit van werken – vitaliteit van medewerkers
- Kwaliteit van processen – verbeteren organisatie
- Circulariteit – verantwoord grondstof gebruik



De 9 speerpunten zijn verder uitgewerkt in 8 strategische doelen:

1. Medewerkers duurzaam inzetbaar houden door hen te stimuleren tot een leven lang leren.
2. Kansen genereren voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
3. Het ontwikkelen van een composteerbare capsule met behoud van bestaande kwaliteit.
4. Het in kaart brengen en het reduceren van de CO₂-voetafdruk van capsules.
5. De CO₂-uitstoot van het productieproces en van de organisatie in kaart brengen en verminderen.
6. Het verder stimuleren van het gebruik van duurzaam geproduceerde producten.
7. Medewerkers stimuleren en ondersteunen bij een gezonde en vitale levensstijl.
8. Bewustzijn van en kwaliteitsbeleving onder alle medewerkers van Euro Caps: Quality. Every Single Time.

De uitwerking van de 8-strategische doelen moet in 2030 leiden tot de MVO-missie om de grootste duurzame single serve private label capsule leverancier van de wereld te zijn.

Stakeholders en materialiteitsindex

Bij het opstellen van duurzaamheidsbeleid hoort ook het betrekken van je stakeholders. Euro Caps heeft bij het opstellen hiervan dan ook samengewerkt met een groep medewerkers en een aantal klanten. Uiteindelijk wil Euro Caps het beleid ook laten toetsen bij een bredere groep stakeholders om vanuit daar een geverifieerde materialiteitsindex op te stellen.