

In deze voorliggende Visie op Eten en Drinken voor de FMH-2 locaties in de periode 2023 – 2030 wordt de visie van FMHaaglanden op catering, banqueting en de warme dranken voorzieningen beschreven. De basis hiervoor vormen de Rijksbrede doelstellingen, het Strategisch Categorieplan Consumptieve Dienstverlening, de ambities van FMHaaglanden, ontwikkelingen in de maatschappij en in de behoeftes van gebruikers aan eten en drinken buitenshuis.

Allereerst wordt de overkoepelende visie beschreven waarna er per onderdeel van de visie, een nadere uitwerking gegeven wordt.

Visie op eten en drinken

FMH verzorgt de generieke facilitaire dienstverlening voor de FMH-2 locaties en heeft voor deze locaties de visie op de cateringdienstverlening onderstaand verwoord:

*FMHaaglanden gelooft erin dat de cateringfaciliteiten van de FMH-2 locaties het **visitekaartje** vormen van de **Rijksoverheid** vanuit haar voorbeeldrol en ambities op gebied van duurzaamheid, circulariteit, inclusiviteit en goed werkgeverschap.*

*De cateringfaciliteiten geven invulling aan deze ambities, zijn afgestemd op het **bezoekmotief** van de **gebruikers** van de kantoorlocaties en sluiten aan op hun **behoefte** aan eten en drinken gedurende de dag. De faciliteiten zijn **uitnodigend**, bewerkstelligen een **trots** gevoel bij alle stakeholders en hebben als gevolg hiervan een **hoge gebruikersgraad**.*

Cateringfaciliteiten hét visitekaartje van de Rijksoverheid

Nederland staat voor grote opgaven. We willen de gevolgen van klimaatverandering aanpakken, we willen de ontwikkeling naar een circulaire economie versnellen en we willen baankansen creëren voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Ook willen we voorkomen dat kinderen en andere kwetsbare groepen buiten onze landsgrenzen onder slechte omstandigheden in productieprocessen worden ingezet.

Het kabinet ziet de rijksinkoop daarvoor als krachtig instrument, hiermee kunnen en willen wij een verschil maken. Het Rijk heeft ook een voorbeeldrol voor de rest van Nederland. Wij willen laten zien dat het kan. Dat je door sociaal, innovatief en duurzaam in te kopen kunt bijdragen aan een beter klimaat, aan de ontwikkeling naar een circulaire economie en aan meer baankansen. De leidende doelen zijn vastgesteld in het Klimaatakkoord en de inkoopstrategie Inkopen met Impact. De strategische Klantenraad van de Categorie Consumptieve Dienstverlening heeft op basis hiervan 5 beleidsthema's vastgesteld, zijnde:

- Internationale sociale voorwaarden
- Social return
- Duurzame inzetbaarheid personeel
- Consumptie uit duurzame landbouw
- Reductie van afval en voedselverspilling

De cateringfaciliteiten in de Rijksgebouwen zijn bij uitstek hét middel om invulling te geven aan deze beleidsthema's en om in het zicht van de stakeholders en de maatschappij het goede voorbeeld te geven.

In aanvulling hierop kunnen de cateringfaciliteiten als strategisch communicatiemiddel ingezet worden om de ambities en de beleidsdoelen van de individuele departementen over te brengen aan de eigen medewerkers, externe gasten en aan geïnteresseerde marktpartijen. Het visitekaartje uit zich in de ambities voor de volgende (deel)thema's.

Duurzaamheid en circulariteit

Een belangrijke nationale doelstelling is een volledig circulaire economie in 2050 en een halvering van het primaire grondstoffenverbruik in 2030. FMHaglanden heeft de ambitie om de komende 10 jaar al te transformeren in een volledig circulaire facilitaire dienstverlener met een neutrale CO₂-impact. Dit wil FMH bereiken door samenwerking, eigenaarschap te tonen, enthousiast te zijn over duurzaamheid en een herkenbaar voorbeeld te zijn voor de omgeving: bewust, verantwoordelijk en doortastend. "FMH denkt, doet, duurzaam".

FMH legt hiervoor de prioriteit bij het verminderen van de negatieve impact van FMH op de aarde: reductie van CO₂-uitstoot en waar mogelijk het vergroten van de positieve impact. Daar waar de negatieve impact niet direct gereduceerd kan worden, zal FMH overgaan op compensatie. Gezamenlijk met de contractpartner dient er gedurende de contractperiode toegewerkt worden naar het minimaliseren van compenseren en het maximaliseren van het voorkomen van CO₂-uitstoot.

Vanuit de 0-meting van de CO₂-footprint van de FMH-dienstverlening in 2019 blijkt dat catering zowel de grootste grondstofstroom kent (79,8%) als verantwoordelijk is voor de grootste CO₂ uitstoot (71% van de totale uitstoot). Deze uitstoot is nagenoeg gelijk verdeeld over voedsel en dranken en de warme dranken voorzieningen.

Om de ambitie te verwezenlijken van FMH om in 2030 CO₂-neutrale dienstverlening te kunnen verzorgen, is het noodzakelijk om zowel de grondstofstroom als de CO₂-uitstoot van de cateringfaciliteiten drastisch te verminderen. Dit kan alleen bereikt worden wanneer we 'Circulaire Econeutrale Catering' als standaard voor de FMH-2 locaties hanteren en concrete afspraken maken met de contractpartij over het realiseren van onderstaande randvoorwaarden en doelstellingen over de vaste contractperiode 2023-2027 en de optionele contractperiode 2027-2030. Deze randvoorwaarden en doelstellingen zijn grotendeels ontwikkeld binnen het Programma Duurzame dienstverlening van FMH.

Vigerende wet- en regelgeving en afspraken

De contractpartner exploiteren minimaal volgens de geldende wet- en regelgeving en afspraken, waaronder maar niet uitsluitend:

- Code Verantwoord Marktgedrag
- CAO Contractcatering
- HACCP-eisen
- Aantoonbare beheersing van milieuaspecten conform bijvoorbeeld ISO 14001
- CO₂-prestatieladder
- Nationaal Preventieakkoord
- Europese 'Green Deal' en 'From Farm To Fork' strategie
- Green Deal 173
- Europese 'Plastics Act'

Voedselverspilling

- **Reductie voedselverspilling:** Vermijdbare verspilling is in 2027 gereduceerd met minimaal 75% ten opzichte van de 0-meting die in 2022 uitgevoerd dient te worden.

Duurzaam assortiment

- **CO₂-uitstoot:** De CO₂-uitstoot van het eten en drinkenassortiment is in 2027 gereduceerd met minimaal 75% ten opzichte van de 0-meting die in 2019 is uitgevoerd.
- **Eiwittransitie:** In 2027 bestaat het assortiment in de cateringoutlets voor minimaal 80% uit plantaardige eiwitten en bestaat het assortiment van de banqueting- en het maatwerkaanbod voor 100% uit plantaardige eiwitten.
- **Eerlijke handel:** De toeleveranciers voldoen gedurende de gehele contractperiode aan de op enig moment minimaal aan de geldende MVI- richtlijn PIANOo.
- **Duurzame bedrijfsvoering contractpartner:** De bedrijfsvoering van de contractpartner is uiterlijk in 2027 aantoonbaar conform de CO₂-prestatieladder niveau-4.
- **Verpakkingsmaterialen:** In 2027 is het aangeboden cateringassortiment vrij van plastic verpakkingsmateriaal.
- **True pricing:** in 2027 is de prijsstelling van het aangeboden catering-, banqueting-, en warme dranken assortiment voor minimaal 40% gebaseerd op 'true-pricing' principes.

Duurzame relatie met contractpartner

Om de beoogde transitie te bewerkstelligen, voldoet de 'oude' verhouding opdrachtgever-opdrachtnemer niet meer. Waar de samenwerking tot op heden vooral transactioneel is vormgeven,

dus op basis van vooraf afgesproken condities, dient de toekomstige samenwerking op basis van partnerschap gezocht te gaan worden.

Met partnerschap wordt bedoeld dat de opdrachtgever en opdrachtnemer een gezamenlijk doel nastreven en respect hebben voor ieders organisatiebelang. Op basis van open, transparante communicatie en vanuit gelijkwaardigheid houden partijen rekening met deze belangen. In partnerschap geven opdrachtgever en opdrachtnemer gezamenlijk invulling aan de strategie en de benodigde condities om de transitie in samenhang te realiseren. FMH wil met haar dienstverlening bereiken dat klanten zich goed voelen in hun werkomgeving.

Een gastvrije houding is daartoe de sleutel. FMH heeft hiervoor een serviceconcept voor dat gebaseerd is op de vier kernwaarden *enthousiasme*, *eigenaarschap*, *samen* en *herkenbaarheid* en waarmee invulling gegeven wordt aan die gastvrije houding. FMH verwacht van de toekomstig contractpartner dat deze het serviceconcept onderschrijft en hiernaar handelt.

Om partnerschap te bereiken is het essentieel om al in het aanbestedingstraject een relatie op te bouwen en inzicht te krijgen en afstemming te zoeken in deze overkoepelende doelen en bedrijfsbelangen.

Verantwoorde financiële huishouding

Het aangaan van een duurzame relatie op basis van partnerschap houdt ook in dat er randvoorwaarden voor een passende stabiele financiële basis gecreëerd dienen te worden, zodanig dat de contractpartij zich niet primair hoeft te focussen op de eigen bedrijfscontinuïteit maar zich kan focussen op de realisatie van het gemeenschappelijk doel. Dit vraagt van de opdrachtgever een andere benadering van de contractvorm van de cateringdienstverlening. Waarvan oudsher een commercieel of semi-commercieel contract overeengekomen werd, is voor een samenwerking op basis van partnerschap een hybride contract beter passend. Een dergelijk contract heeft als mogelijk gevolg dat de financiële bijdrage van de opdrachtgever aan catering kan fluctueren zowel gedurende de looptijd van het contract als per locatie.

FMHaaglanden ziet het als zijn verplichting om verantwoord om te gaan met de aan hem ter beschikking gestelde financiële middelen. De kosten voor de aangeboden cateringfaciliteiten dienen daarom te passen binnen realistische financiële kaders. Aangezien de bestaande kaders en rekenmethodieken onvoldoende passend zijn voor de dynamische toekomst, dienen deze financiële kaders binnen een bepaalde bandbreedte te liggen.

Inclusiviteit

Het Rijksbeleid is erop gericht om zo veel mogelijk mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aan het werk te helpen. Daarom heeft de strategische klantenraad 'Social Return' als prioritair beleidsthema opgenomen voor de categorie consumptieve dienstverlening. FMHaaglanden omarmt de doelstelling van het Rijk en gaat verder dan de ambitie van het Rijk om minimaal 5% social return te vragen van contractpartners. FMHaaglanden verwacht dat cateraars in 2027 minimaal een invulling van 15% aan social return op ureninzet kunnen realiseren. Dit is daarom het uitgangspunt met betrekking tot social return voor de EA Catering FMH-2.

Goed werkgeverschap

Het Rijk heeft de ambitie om de individuele gezondheid en de duurzame inzetbaarheid van haar medewerkers te vergroten. Deze ambitie wil het Rijk verwezenlijken door het vergroten van het bewustzijn van gezonde en duurzame voeding op de werkplek en op het (thuis)kantoor. Hiermee wordt invulling gegeven aan de doelstellingen die opgenomen zijn in het Nationaal Preventieakkoord. De visie van FMH op eten en drinken en de bijbehorende dienstverlening is vooralsnog gericht op de fysieke kantooromgeving.

Mogelijke effecten van een gezonder en duurzamer voedingspatroon van de werknemers (volgens de Schijf van Vijf) zijn een betere gezondheid, hogere productiviteit en minder ziekteverzuim van de werknemers en een aantrekkelijker werkgeverschap. Om dit te bereiken wordt in het categorieplan consumptieve dienstverlening ingezet op gezonde bedrijfsrestaurants bij de Rijksoverheid volgens de Richtlijnen Gezondere Kantines. De minimale eis aan cateraars is om de locatie op niveau 'Zilver' te certificeren.

Dit niveau wordt nu benoemd als 'Overheidsniveau Gezonde Catering'. Aangezien de huidige cateringvoorzieningen in een deel van de FMH-2 panden al op niveau 'Goud' gecertificeerd zijn, hanteert FMHaaglanden het 'Gouden' niveau voor de komende EA FMH-2 als standaard voor alle locaties.

Zoals eerder is omschreven, richt FMHaaglanden zich vooralsnog primair op de facilitaire dienstverlening binnen de fysieke kantooromgeving. Desalniettemin daagt FMH de cateraars uit om de gezondheid en duurzame inzetbaarheid van de medewerkers ook buiten de kantooromgeving te stimuleren. Dit kan via bijvoorbeeld de inzet van een app of een website waarmee thuiswerkers van informatie voorzien worden over het belang van gezonde en duurzame voeding en hoe zij dit thuis kunnen realiseren.

Afgestemd op het bezoekmotief en de behoefte aan eten en drinken van de gebruikers

Het kantoorgebruik verandert. Met de corona-pandemie als katalysator is thuiswerken een niet meer weg te denken onderdeel van het werken geworden. Het merendeel van de medewerkers van de Rijksoverheid heeft in het grootschalig opgezette 'We Werken Thuis' onderzoek aangegeven het liefst gemiddeld de helft van hun werktijd thuis te werken. De redenen die men hiervoor aangeeft zijn: het doen van concentratiewerk, het besparen van reistijd en een betere werk-privébalans. De Rijksoverheid heeft het besluit genomen om 'Hybride werken als uitgangspunt voor werken bij de Rijksoverheid' te hanteren. Uit diverse onderzoeken blijkt dat er verwacht kan worden dat de medewerkers van het Rijk gemiddeld 2 dagen per week thuiswerken (40%) en de overige dagen op kantoor (60%).

De redenen voor de medewerkers van het Rijk om in de toekomst naar kantoor te komen zijn voornamelijk om te ontmoeten, kennis te delen, te overleggen, geïnspireerd te raken en om samen te werken. Dit vraagt een verandering in de inrichting van de fysieke werkomgeving en de balans tussen werkplekken en ontmoetingsplekken. In het kader Fysieke Werkomgeving Rijk (FWR) zijn Rijksbrede afspraken opgenomen voor de kantoorhuisvesting. Activiteit gerelateerd werken en de daarbij behorende werkomgeving is uitgangspunt voor de inrichting ervan.

De belangrijkste activiteiten die zijn benoemd zijn:

1. Bureauwerk;
2. Geconcentreerd bureauwerk;
3. Telefoneren;
4. Overleggen en vergaderen;

Het doel is om de fysieke aanpassingen zo beperkt mogelijk te houden. Als toch naar fysieke oplossingen gekeken wordt, dan gebeurt dat in eerste instantie in bestaande ruimtes en met voorzieningen/meubels die voorhanden zijn. De herziening naar FWR 3.0 is in 2023 afgerond. In het Categorieplan Consumptieve Dienstverlening is de visie van het Rijk op eten en drinken in de rijksgebouwen als volgt verwoord: '*De Rijksoverheid zorgt er voor dat lekker en gezond eten en drinken, dicht bij het werk aanwezig is.*'

Momenteel is het aanbod aan cateringfaciliteiten in de FMH-2 gebouwen beperkt tot een grootschalig bedrijfsrestaurant, een koffiecorner/grand café en warme dranken voorzieningen.

FMH heeft als ambitie om de cateringfaciliteiten op locatieniveau zoveel mogelijk aan te laten sluiten op de specifieke behoefte aan eten en drinken van de verschillende typen medewerkers in relatie tot het type werkactiviteit op kantoor.

De herziening van het aanbod van het type werkplekken vraagt daarom een aanpassing in het aanbod van cateringvoorzieningen. Om tot dit passende aanbod te komen, kan het door Foodservice Instituut Nederland ontwikkelde Foodshopper-model gebruikt worden. In dit model worden buitenshuis eet- en drinken concepten getypeerd op basis van tijdsbesteding (weinig of veel tijd willen besteden aan eten en drinken) en op basis van de besteding in geld (veel of weinig willen uitgeven aan eten en drinken). Dit model levert inzicht in het best passend type cateringfaciliteit per werk activiteit op.

Cateringfaciliteiten die passend zijn in de nabijheid van de werk activiteiten *Bureauwerk, Geconcentreerd bureauwerk* en *Telefoneren* zijn met name functioneel van aard: Medewerkers nemen tijdens deze werkzaamheden weinig tijd voor eten en drinken en verwachten in de nabijheid van de werkplek, de beschikbaarheid van een assortiment eten en drinken tegen lage of geen kosten. De cateringfaciliteiten die hierbij aansluiten, kunnen ingevuld worden met onder andere een vending automatenaanbod, onbemande grab-&-go aanbod of een assortiment dat slechts op een specifiek moment en plaats aangeboden wordt. Het dienstverleningsniveau van deze concepten is laag. Innovaties uit de markt zoals de inzet van een koffiekar, een bestel-app of een mobiele uitgifte worden door FMH toegejuicht en vormen een beoordelingscriterium van de EA FMH-2 uitvraag.

Cateringfaciliteiten die passend zijn in de nabijheid van de werk activiteit *Overleggen en Vergaderen* kunnen zowel functioneel als vanuit beleving ingevuld worden. Gebruikers nemen tijdens dit type werkzaamheden over het algemeen meer de tijd of ruim de tijd voor eten en drinken en zijn vaker bereid om meer te besteden aan eten en drinken.

De cateringfaciliteiten die hierbij aansluiten, kunnen ingevuld worden met o.a. een Barista coffeebar, een fresh-foodstation, een lunchcafé, een mini-supermarkt, een fullservice restaurant of een banqueting-invulling. Het dienstverleningsniveau dat passend is voor dit type concepten is gemiddeld tot hoog en laat zich kenmerken door persoonlijke gastvrijheid.

FMH zal gedurende de looptijd van het contract en in nauwe samenwerking met stakeholders zoals de departementen en de nieuwe contractpartner, op locatieniveau het bestaande aanbod aan cateringfaciliteiten door ontwikkelen in overeenstemming met bovenstaande aanpak.

Het uitgangspunt voor de cateringfaciliteiten met betrekking tot de eigen vergoeding die van gebruikers van de voorzieningen gevraagd wordt, is dat deze redelijk ofwel 'marktconform' is, zodat de drempel om gebruik te maken van de faciliteiten, laag is. Een ander uitgangspunt is dat de gratis koffie van goede kwaliteit is, maar wel verschillend is van de luxe betaalde koffies.

FMH wil dit onder andere borgen door de contractpartner te verplichten om op dagelijkse basis een lunchdeal aan te bieden die voorziet in een volledige, lekkere en voedzame maaltijd voor een vast, marktconform bedrag.

Een middel om tot een marktconforme prijsstelling te komen van het assortiment van de cateringvoorzieningen dat gelijktijdig bijdraagt aan het bereiken van het gestelde Beleidsdoel 'Internationale Sociale Voorwaarden', is True Pricing.

True pricing is een manier om inzichtelijk te maken welke maatschappelijke kosten en baten gepaard gaan met de (voedsel)productie en consumptie. De echte prijs bevat, naast de betaalde kosten die in de winkelprijs tot uiting komt, ook alle maatschappelijke kosten voortvloeiend uit de productie en consumptie van voedsel.

De Categorie Consumptieve Dienstverlening is voornemens om een pilot 'true pricing' te starten zodra de bedrijfsrestaurants weer volledig operationeel zijn. Op dat moment worden de verschillende cateraars gevraagd wie ermee willen doen aan deze pilot, mogelijk op meerdere plekken. In eerste instantie wordt deze pilot op de gebruikers van de cateringfaciliteiten gericht, waarmee ingezet wordt op gedragsbeïnvloeding.

FMH ziet in True Pricing een belangrijk middel om de gestelde beleidsdoelstellingen te behalen. Daarom legt FMH de doelstelling neer bij de toekomstig contractpartner om bij aanvang van de contractperiode in 2023, minimaal 10% van het aangeboden assortiment op basis van True Pricing in te zetten. De doelstelling voor 2025 is gesteld op minimaal 25% van het aangeboden assortiment en de doelstelling voor 2027 ligt op minimaal 40% van het aangeboden assortiment.

Resulteert in trotse stakeholders en een hoge gebruikersgraad

FMH realiseert zich dat deze visie op catering impact heeft op de gebruikers. Maar laten we vooral niet vergeten dat deze visie ook impact gaat hebben op de huidige niet-gebruikers. Deze groep aan potentiële nieuwe gebruikers van de cateringfaciliteiten vertegenwoordigt ongeveer 80% van de pandgebruikers. Op basis van deze visie en het uitgangspunt dat er in de veranderende situatie nog steeds lekker en gezond eten en drinken aangeboden blijft worden, verwacht FMH ook een deel van de huidige niet-gebruikers te kunnen verleiden om gebruik te gaan maken van de cateringfaciliteiten.

Deze voorliggende visie op eten en drinken sluit goed aan bij de behoeften van de jongere generaties Y en Z op gebied van buitenhuisconsumptie. Deze generaties vormen de komende jaren een steeds groter deel van de Rijksambtenaren. Om de visie op de cateringfaciliteiten succesvol te implementeren, is met name de mindset en een gedragsverandering noodzakelijk bij de oudere generaties Rijksambtenaren, die momenteel nog het merendeel vormen van de totale populatie aan Rijksambtenaren. Hen laten inzien en laten ervaren dat duurzame, gezonde, inclusieve en circulaire catering heel lekker en betaalbaar is en ook significant bijdraagt aan de beleidsdoelstellingen van de werkgever gaat voor deze gedragsverandering zorgen.

Om dit te bereiken is commitment voor deze visie op eten en drinken vanuit het hoger en middenkader van de betrokken departementen randvoorwaardelijk. Er komt namelijk een tussenperiode waarin het oude vertrouwde cateringprincipe losgelaten wordt en het nieuwe principe nog niet bekend en omarmd is. Dat is het moment waarop de gebruikerstevredenheid en/of de gebruikersgraad tijdelijk daalt en waar de transformatie plaatsvindt.

Daarbij is gestructureerde communicatie vanuit zowel het departement als de werkgever, FMH én de contractpartner essentieel. Vanuit de circulaire coalitie, die is opgezet vanuit Programma Duurzame Dienstverlening, ligt hiervoor een programma klaar. FMH gaat graag in gesprek met de afnemers om concrete afspraken te maken. *No time to waste!*