

CONTRAST®

FACILITY + HOSPITALITY

Visie eten & drinken Provincie Noord-Brabant

© hospitality
september 2024

Provincie Noord-Brabant
Ref: 2024.0348



INHOUDSOPGAVE

01 Inleiding

02 Visie op eten & drinken

Save a tree. Do not print this document if not really necessary.



INLEIDING

Het doel van dit document.

INLEIDING

De kernwaarden van onze bedrijfsvoering zijn **slim, innovatief, professioneel en gastvrij**. De missie is om het beste uit onszelf te halen en uit onze partners, voor de toekomst van Brabant. Samen maken we Brabant beter: **aantrekkelijk, bereikbaar, concurrerend en duurzaam**. Brabant hoort tot de top van kennis- en innovatieregio's. Eten en drinken speelt hierbij een belangrijke rol. We hebben **ambitieuze** doelstellingen, die ook voor onze partner eten & drinken van toepassing zijn. We hechten waarde aan ambitie, maar vinden het ook belangrijk dat doelstellingen **realistisch** en **uitvoerbaar** zijn. Deze **integrale visie** is tot stand gekomen door verdiepingssessies met het projectteam, collega's uit het klantpanel FM en gebruikers van eten en drinken. De visie is een **handvat** om de komende jaren keuzes te maken voor de invulling van eten & drinken binnen onze organisatie. Dit geldt voor alle voorzieningen: het restaurant, de koffiebar, bestuurservice, koffieautomaten en banqueting en events.

**Eten & drinken bij
ons is...**



ETEN & DRINKEN BIJ ONS IS...



IMPACT

We hebben een intentieverklaring ter bevordering van het aandeel biologisch/ lokaal geproduceerd voedsel ondertekend om in 2025 minimaal 30% biologisch in te kopen. Dit streven wordt voortgezet en waar mogelijk verder uitgebreid. Afval scheiden is voor ons vanzelfsprekend en we maken zo min mogelijk gebruik van verpakkingen. De reductie van CO2 staat hoog op de agenda. Dit doen we onder andere door de eiwittransitie en het verminderen van vervoersbewegingen.



SAMEN

Een van onze doelstellingen is: drie levensjaren erbij voor iedere Brabander. Door een gezond assortiment aan te bieden, dragen we bij aan de vitaliteit van onze medewerkers. We groeien samen met onze partners naar een van de meest innovatieve regio's. Dit doen we door elkaar ruimte te geven om te ondernemen. Transparante communicatie en een flexibele houding van alle partijen zijn de basis van goed partnerschap. Alleen zó komen we verder.



TROTS

We zijn trots op onze medewerkers, onze voorzieningen en onze partners. Al onze gasten en medewerkers ontvangen we gastvrij. Het dagelijks aanbod van eten en drinken sluit naadloos aan op al onze medewerkers en gasten. Iedereen is welkom ongeacht leefstijl, afkomst, culturele achtergrond of geloofsovertuiging. We bieden kwetsbare groepen de mogelijkheid hun talenten (verder) te ontwikkelen. We nemen onze verantwoordelijkheid als het gaat om goede omstandigheden voor mens, natuur en milieu.

IMPACT

Lokaal & biologisch | Verpakking &
Verspilling | Co₂ reductie



LOKAAL & BIOLOGISCH

Ambitieux maar realistisch

We hebben een intentieverklaring getekend om minimaal 50% **lokaal** en/of **biologisch** in te kopen waarvan in 2025 30% biologisch gecertificeerd. Lokaal inkopen betekent dat de producten uit **Nederland** komen. Wij streven naar zo min mogelijk tussenschakels en stimuleert het gebruik van de **korte keten**. Het inkopen van biologisch voedsel onderstreept de aandacht die we hebben voor een **gezond milieu**. Wij zijn ons ervan bewust dat lokaal én biologisch niet altijd samen gaan als het om impact gaat. We vinden het belangrijk dat de uitvoering **realistisch** blijft. De inzet van lokale en biologische producten in onze horecavoorzieningen draagt te allen tijde bij aan het **aantrekken** van gasten in plaats van het verdrijven van gasten. Het is belangrijk dat een **gezonde prijs- kwaliteit** verhouding gehanteerd blijft.



VERPAKKING & VERSPILLING

Weggoaien is zonde

We maken ook impact door eten & drinken bewust in te kopen en goed na te denken voor we iets weggoaien. We hebben binnen de organisatie **zo min mogelijk waste**. Binnen onze organisatie is het scheiden van afval al vanzelfsprekend. In november 2024 gaan we naar een **zero waste certificering** (gericht op restafval). We zijn voorstander van initiatieven die verspilling tegengaan. Een voorbeeld hiervan is Too Good To Go en InstockMarket, een app en organisatie die verspilling tegengaan. In het restaurant, de koffiebar en tijdens banqueting en events wordt zo min mogelijk gewerkt met **verpakkingen**, serviesgoed is altijd het uitgangspunt. Onze ambitie is een **afvalvrij restaurant** (startend aan de gast-zijde van het restaurant). Om **bewustwording** te **creëren** neemt onze horecapartner onze medewerkers, partners en leveranciers mee in de stappen die hierin worden gezet.



CO₂ REDUCTIE

In 2030 is de CO₂ uitstoot met 55% gereduceerd

Wij hebben de ambitie om in 2030 de **CO₂ uitstoot** met 55% te **reduceren**. Bij dit doel hoort ook dat wij de ambitie hebben dat medewerkers in 2030 100% **duurzaam** en **bewust handelen**. Het reduceren van CO₂ vertaalt zich onder andere naar de **eiwittransitie**. Onze gasten en medewerkers worden **proactief** meegenomen in het maken van de bewuste keuze. Dit wordt gedaan door onze gasten en medewerkers te **stimuleren** en te **activeren**. Op die manier maken we samen **impact**. Wij vinden het belangrijk dat de horecapartner inzicht geeft in de CO₂ uitstoot van productgroepen. Alleen door **transparante** en **heldere rapportages** over de afkomst van producten komen we samen verder. De uitstoot van CO₂ wordt ook gereduceerd door het **verminderen** van **transportbewegingen**. We verwachten van onze horecapartner dat leveringen zo efficiënt mogelijk worden gedaan. Leveringen worden waar mogelijk emissievrij bezorgd.



SAMEN

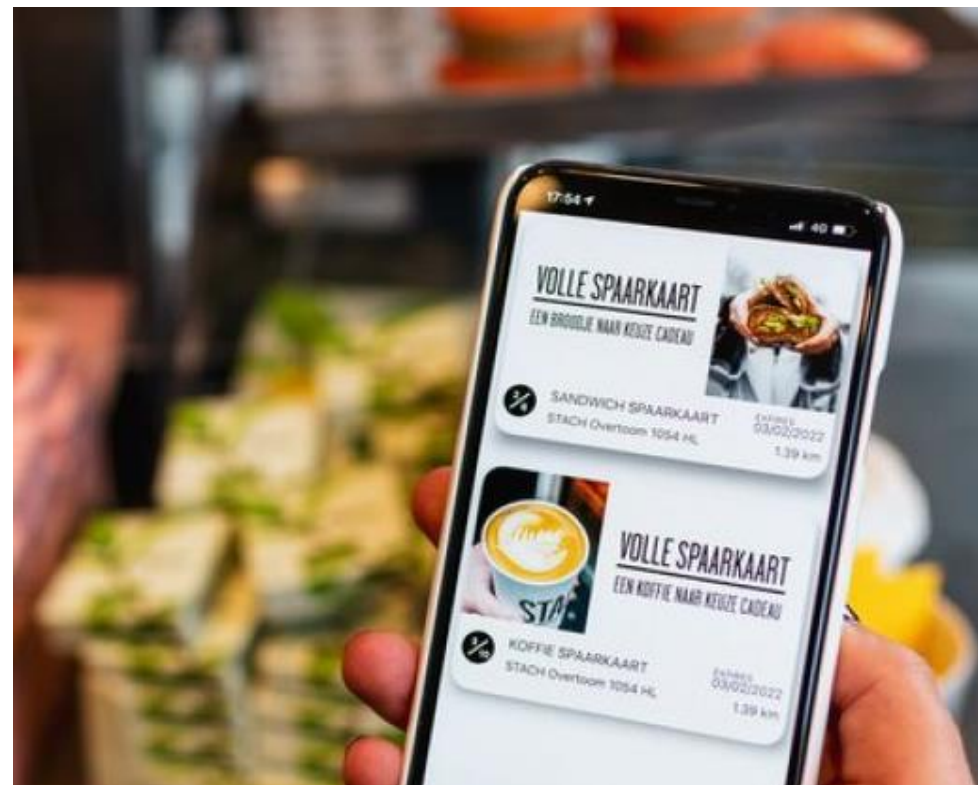
Vitaal | Innovatie | Partnerschap



INNOVATIE

We behoren tot de top van innovatieregio's.

In onze missie staat onder andere dat Brabant hoort tot de **top** van kennis- en **innovatieregio's**. Om tot innovaties te komen, slaan we de handen graag ineen met onze partners en leveranciers. We hoeven we geen koploper te zijn, maar zijn we wél graag een **proeftuin** waar ruimte is om nieuwe initiatieven te testen die bijdragen aan onze **duurzaamheidsambities**. Zo **dagen** we onze horecapartner **uit** om gebruik te maken van **innovatieve technologieën** in de **voedselproductie**. Maar ook innovatieve oplossingen voor het tegengaan van rijen bij de kassa zijn welkom net als innovaties binnen **applicaties** die onze medewerkers en partners op dagelijkse basis kunnen voorzien van informatie en **inzichten** over menu's, voedingswaarden, allergenen. We zien technologie niet als een doel maar een middel om het doel te bereiken. We worden graag aan de hand **meegenomen** in de wereld van innovaties binnen **de wereld van eten & drinken**.



PARTNERSCHAP

De basis behouden en nog beter worden

Wij vinden **flexibiliteit**, **professionaliteit** en **samenwerking** een van de belangrijkste waarden in het partnerschap met de horecapartner. Een goede samenwerking vraagt om **heldere communicatie**, het **nakomen** van **afspraken** en **korte lijntjes** vanuit beide partijen. Ons doel is om **samen** te **groeien** en stappen te maken, hiervoor heb je elkaar nodig. De horecapartner krijgt de ruimte om te kunnen **ondernemen**, dat betekent dat we niet alles voorschrijven. Wij vertrouwen op de **expertise** van de **horecapartner** om, binnen de financiële kaders, de juiste stappen te zetten om de doelstellingen te behalen. De basis van goed partnerschap is ook goed **contractmanagement**. Hiervoor is de **meetbaarheid** van resultaten belangrijk, **heldere rapportages** met eerlijke en herleidbare cijfers zijn vanzelfsprekend.





TROTS

Gastvrij | Gezellig | Inclusief

GASTVRIJ

Voor ieder moment

Gasten, medewerkers en partners voelen zich **thuis** bij ons. Dat komt omdat we er alles aan doen om je een **gastvrij** en **welkom** gevoel te geven. Dat start al bij het ontvangst bij onze koffiebar. Externe gasten worden hier ontvangen met een verse kop koffie of thee. Medewerkers kunnen de **hele dag** terecht in de koffiebar voor een tussendoortje dat past bij het moment van de dag. Het **all day aanbod** is een balans tussen verantwoord en minder verantwoord. Voor **iedere portemonnee** zijn er producten te verkrijgen. Lokale producten en/of ondernemers worden regelmatig uitgelicht. Daar zijn we **trots** op. Ook buiten de openingstijden van de voorzieningen kunnen medewerkers en gasten producten kopen door slimme oplossingen. Het aanbod in de voorzieningen is **breed**, past bij de voorziening en speelt in op de **wensen** en **behoeften** van onze medewerkers en gasten. Tijdens de **spits** is het assortiment **ruim** beschikbaar en mocht je tóch wat later zijn, dan staat het personeel klaar om jouw favoriete broodje of salade nog voor je klaar te maken.



GEZELLIG

Ontmoeten, verbinden en ontspannen

Wij staan voor het **bevorderen** van **ontmoetingen** buiten de werkplek centraal, waarbij we de waarde van **gezamenlijk eten en drinken** benadrukken. We zoeken elkaar gedurende de dag graag op. De horecapartner speelt hier op in door een assortiment dat naadloos aansluit bij de wensen van onze gasten en medewerkers. Daarnaast zorgen we voor **betaalbare opties** zodat ons assortiment voor iedereen **toegankelijk** blijft. Het assortiment en de gastvrije houding van de medewerkers zorgen ervoor dat medewerkers dagelijks met plezier het restaurant of de koffiebar bezoeken. Variatie, verrassing en het **creëren** van **reuring** is een belangrijk uitgangspunt, ongeacht het tijdstip van de dag. De **uitstraling** en **kwaliteit** van de gerechten is van **deze tijd** en het aanbod **wisselt met de seizoenen mee**, dat geldt ook voor het **banqueting assortiment**. Wij geloven we dat **gezelligheid** bijdraagt aan een **positieve werkcultuur** wat resulteert in een **verhoogde productiviteit**.



INCLUSIEF

Voor iedereen

Wij streven we naar een **inclusieve benadering** in al onze activiteiten, inclusief onze horecavoorzieningen. We **respecteren** de diverse geloofsovertuigingen, leefstijlen, dieetvoorkeuren en culturele achtergronden van onze medewerkers, gasten en partners. We passen ons aanbod hierop aan. Bij voorkeur is dit ook **zichtbaar** in de **counters**. Iedereen voelt zich **welkom**. Dat betekent ook dat voor **ieders budget** een gezonde en voedzame lunch te koop is en dat **keuzevrijheid** te allen tijde **behouden** wordt. Ook bij banqueting en evenementen bieden we een **gevarieerd assortiment** aan, **zonder belerend** te zijn. We **integreren** social return on investment (**SROI**) in onze voorzieningen door kansen te bieden aan kwetsbare groepen en sociale ondernemingen. Onze partners nemen verantwoordelijkheid in de (productie) keten voor goede omstandigheden voor mens, natuur en milieu en conformeren zich aan de **ISV** (internationale sociale voorwaarden). Wij dragen hierdoor bij aan eerlijke handel.



TIME TO THINK FORWARD

www.contrastcompany.nl

