



MVO Verklaring The Colour Kitchen

Versie Juli 2017

Opgesteld door The Colour Kitchen B.V

Inleiding

Deze MVO verklaring heeft als intentie om belangstellenden en stakeholders een transparant inzicht te geven in de visie van The Colour Kitchen (TCK) op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) en het door TCK opgestelde MVO-beleid.

The Colour Kitchen B.V. is de moedermaatschappij van The Colour Kitchen Horeca B.V., The Colour Kitchen at Work B.V., The Colour Kitchen Opleiden en Begeleiden B.V en The Colour Kitchen People B.V., allen opererend onder de naam The Colour Kitchen. TCK is een commercieel hospitality concept met een groot maatschappelijk hart. Wij fungeren op zowel de B2C als B2B markt door het aanbieden van producten en services in restaurants, bedrijfscatering en partycatering.

Naast het verlenen van onze services met de TCK-professionals, bieden wij mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een kans om zich te ontwikkelen op de arbeidsmarkt in een sociale, professionele hospitality omgeving, waarbij financiële duurzaamheid en stabiliteit randvoorwaarden zijn. Het sleutelwoord hierin is 'aandacht'. De intensieve coaching en begeleiding leidt uiteindelijk tot een diploma. Een diploma dat niet alleen nieuwe mogelijkheden creëert op de arbeidsmarkt, maar dat ook zeker bijdraagt aan het (terug) vinden van een plek in de maatschappij. Voorwaarden hierbij zijn persoonlijke motivatie en het ontbreken van een startkwalificatie.

Niet alleen het optimale uit onze TCK-professionals en leerlingen halen, maar zeker ook op andere gebieden, maatschappelijk verantwoord ondernemen ten volste benutten: dit is een doelstelling die vanaf de oprichting van TCK hoog in het vaandel staat. Het nastreven van deze doelstelling is vanuit milieuvriendelijk-, maatschappelijk en economisch oogpunt al meerdere malen een succesformule gebleken. Voor zowel onze relaties als TCK zelf.

Betekenis Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Zoals eerder vermeld probeert TCK het optimale uit MVO te halen. Dit komt in de praktijk tot uiting door de balans in de doelstellingen te bepalen op basis van de 3 P's: People, Planet, Profit. De doelstellingen zijn bepaald met inachtneming van het maatschappelijke voordeel en de financiële haalbaarheid.

The Colour Kitchen: People

Onder People valt als hoofddoel het welzijn van al onze medewerkers. Zowel de leerlingen als de professionals. TCK is namelijk van mening dat alles wat je aandacht geeft, groeit.

Wij hebben als maatschappelijke doelstelling mensen actief met elkaar in verbinding te brengen en deze verbinding te versterken. Dit vertaalt zich in de praktijk door leerlingen met een afstand tot de arbeidsmarkt praktijkervaring in één van onze vestigingen op te laten doen. Deze praktijkervaring, gecombineerd met één dag per week school, resulteert in een stabiel programma voor de leerling om zichzelf te kunnen ontplooiën en zijn positie op de arbeidsmarkt te kunnen versterken als echte horecaprofessional.



Wij zijn trots op zowel de sociale- als vakkundige vaardigheden van onze afgestudeerde leerlingen. Waardoor zij in de toekomst als werknemers met uitstekende vaardigheden kunnen fungeren binnen de arbeidsmarkt. Aangezien wij geloven in de kwaliteiten van onze geslaagde leerlingen plukken wij hier zelf de vruchten van. Dit door te streven naar een totaal werknemers bestand waarbij 5 procent oud-leerling is. Zo geven wij vanuit een werkgeversaspect invulling aan bovenstaande doelstelling.

TCK zorgt voor de belangrijke brugfunctie van haar leerlingen naar een diploma MBO-1 en MBO-2, alsmede ook het uitplaatsen naar betaald werk. Wij hebben hierin met onze leerlingen de volgende resultaten behaald:

- **Slagingspercentage**
Het slagingspercentage van onze studenten bereikte in 2015 een recordhoogte van maar liefst 76 procent.
- **Uitstroompercentage**
Van ons totaal aantal geslaagde leerlingen in 2015 is het uiteindelijk 45 procent gelukt door te stromen naar een betaalde baan of een vervolgopleiding.

The Colour Kitchen: Planet

Een ander hoofddoel van TCK is op een zo duurzaam mogelijke manier met het milieu om te gaan. Dit wordt in de praktijk gerealiseerd door middel van meerdere doelstellingen:

- Op locatie wordt de samenwerking gezocht met lokale leveranciers. Dit om verse (streek)producten in te kopen, de lokale markt hierdoor te stimuleren en het CO2 niveau te minimaliseren door transport zoveel mogelijk te beperken. Per locatie wordt er gestreefd naar een inkooppercentage bij lokale leveranciers. Dit streefpercentage ligt landelijk op 25 procent van de totale inkoop. Er bestaat een kans dat lokale leveranciers potentiële stageplekken voor leerlingen kunnen aanbieden. Dit voor in de stageperiode tijdens de studie. Hierdoor wordt er een netwerk gecreëerd dat zowel TCK als haar omgeving duurzaam helpt voort te bestaan. Stageplekken kunnen immers leiden tot doorstroom plekken en een eerste zelfstandige betaalde baan in een reeds vertrouwde omgeving.
- Wij zoeken onze partners nauwkeurig uit. Zo wordt er met zorg gekeken naar leveranciers die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan. Hierbij wordt onder andere de focus gelegd op het bezitten van duurzaamheidskeurmerken, waaronder Max Havelaar Fairtrade keurmerk, verantwoorde vis en het aantoonbaar bezig zijn met MVO van onze leveranciers.
- Wij streven ernaar zoveel mogelijk niet-geportioneerde producten in te kopen om deze vervolgens op locatie te portioneren. Dit om het onnodig gebruik van verpakkingen te mijden.
- We koken zoveel mogelijk vers, zodat we in kunnen spelen op de seizoenen en zoveel mogelijk op kunnen maken, zodat we zo min mogelijk verspilling hebben. Daarnaast zorgen we er zo voor dat er zo min mogelijk conserveringsmiddelen in onze gerechten terecht komen.
- Wij streven naar afvalreductie van 5 procent van al onze afvalstromen in 2017.

The Colour Kitchen: Profit

Zoals eerder aangegeven is TCK een commercieel hospitality concept met een groot maatschappelijk hart. Tegenover opdrachtgevers uit zich dit in een eerlijk winstregeling, waarbij wij mogen streven naar een nette winst tot 12 procent. De rapportage is derhalve volledig transparant, waarbij opdrachtgevers zelf een inlog krijgen om in hun

administratie te kunnen meekijken. Mede om die reden hebben wij onze administratie extern ondergebracht. De nettowinst is het resultaat tot 12 procent van de (catering)omzet voor overhead.

De overgebleven meerwinst wordt op haar beurt weer verdeeld. Van het totale bedrijfsresultaat van The Colour Kitchen vloeit 50 procent gegarandeerd terug in ons maatschappelijke programma waardoor een duurzame, economische situatie wordt gegarandeerd.

