



## TOYOTA MOTOR EUROPE – HEAD OFFICE

*Een duurzame grootkeuken in Evere*

Privé bedrijf +/- 1.000 werknemers <a href="http://www.toyota.eu">www.toyota.eu</a>
Projectdragers: Anne Vingerhoets, Cateringverantwoordelijke - General Services TME Eric Teitelbaum, Account Manager Sodexo TME (2010-2011)
Free flow restaurant en snackbar beheerd door Sodexo (periode 2010-2011) <sup>1</sup> Restaurant: <b>500-550 maaltijden/dag</b> Snackbar: <b>500-600 passages/dag</b>
Dagelijks aanbod restaurant: - 3 soepen - voorgerechtes - 2 dagschotels - 3 koude schotels - uitgebreide salad bar Dagelijks aanbod snackbar: - ontbijtaanbod - broodjes - pasta bar (2x/week) - grill - asian corner - dessertkeuze (o.a. fruitbar) - snacks - salades
Keukenploeg: 17 FTE (restaurant en snackbar samen)
Publiek: Werknemers van Toyota en hun gasten (65 verschillende nationaliteiten)

### 1. INITIATIE VAN HET PROJECT

In 2011 wenste Leefmilieu Brussel een grootkeuken uit het Brussels Hoofdstedelijk Gewest te laten evolueren tot duurzame voorbeeldgrootkeuken. De grootkeuken kon, dankzij de ondersteuning van Leefmilieu Brussel, genieten van de nodige begeleiding en ondersteuning om dit doel te bereiken. Toyota Motor Europe was bijzonder geïnteresseerd om de grootkeuken van hun Head office in Evere dit verduurzamingstraject te laten doorlopen. Alvorens in het project te stappen, hebben zij ook gepolst naar de motivatie van hun cateraar om deel te nemen. Sodexo was eveneens vragende partij om met duurzame voeding aan de slag te gaan. Vredeseilanden vzw stond in voor de individuele begeleiding.



<sup>1</sup> Het restaurant van Head Office Evere wordt nu beheerd door ISS



## 2. ONDERNOMEN ACTIES EN RESULTATEN

In maart 2011 werd een nulmeting uitgevoerd, die Toyota en Sodexo een duidelijk beeld gaf van de huidige stand van zaken. Hieruit bleek trouwens dat Sodexo, in het kader van zijn intern opgestelde Better Tomorrow Plan, reeds stappen naar meer duurzaamheid gezet had, zoals:

- het schrappen van 15 bedreigde vissoorten van de menu's,
- het overschakelen naar Fairtradebananen.

Op basis van de nulmeting en de aanbevelingen van Vredeseilanden, heeft Toyota Motor Europe zeven actiedomeinen geïdentificeerd.

Doelstellingen	Acties	Resultaten
<b>Fairtrade</b> - Invoeren van fairtradeproducten	- Zoeken van leveranciers en nieuwe producten	Aanbieden van fairtradekoffie, thee, snoeprepen en Ubuntu Cola
<b>Bio</b> - Invoeren van bioproducten	- Zoeken van leveranciers en nieuwe producten - Uitvoeren prijsvergelijkingen tussen reguliere en biologische producten	Aanbieden van biobrood en biobeleg voor het ontbijt gedurende een korte periode, wegens te hoge kostprijzen was deze actie niet succesvol
<b>Seizoensgebonden producten:</b> - Gebruiken van seizoensgroenten in saladbar, soep en broodjesgarnituur	- Opstellen van een winterversie voor saladbar, soepen en broodjesgarnituur	Saladbar is 2x/week 100% seizoensgebonden
<b>Vleesconsumptie</b> - Aanbieden vegetarische maaltijden - Verkleinen vleesporties	- Deelname aan een vegetarische kookworkshop - Invoeren Donderdag Veggiedag	- Volwaardige vegetarische schotel op donderdag - Verminderen vleesporties van 180 gr naar 150 gr
<b>Afvalbeperking</b> - Verminderen verpakking - Reduceren van wegwerpmateriaal	- Aanvragen offertes voor waterverdelers aangesloten op waterleiding - Zoeken van alternatieven voor polystyreenbekers - Zoeken van alternatieven voor plastic dessertlepeltjes	- Installeren van waterverdelers aangesloten op de waterleiding - Aankoop van herbruikbare glazen
<b>Voedselverspilling</b>	- Afschaffen presentatiemaaltijden - Maaltijden worden in kleine hoeveelheden en op het moment zelf afgebakken - Saladbar wordt per gewicht aangerekend - Uitvoeren van een afvalmeting	- Weinig of geen voedseloverschotten in de keuken - Weinig voedselresten op de borden
<b>Communicatie</b>	- Tafelcommunicatie rond afvalbeheer en voedselverspilling - Aanbieden van proevertjes vegetarische gerechten aan de bezoekers - Communicatie rond ecologische voetafdruk, voedselvoetafdruk en impact van vleesproductie op het milieu	- Grotere consumptie van vegetarische maaltijden



## 2.1. FAIRTRADE

Vanwege de hoge kostprijs, werd besloten de fairtradeproducten eerder op te nemen in het randassortiment van de snackbar. De medewerkers konden, naast het klassieke assortiment, ook kiezen voor Ubuntu-Cola, fairtrade snackrepen, bio/fairtrade thee en koffie. De Ubuntu-Cola werd echter niet bijbesteld wegens onvoldoende afname.

De fairtradekoffie Bénéficio werd vanaf november naast de andere koffies (Douwe Egberts en Illy) aangeboden. In november 2011 werden 79 koffies per dag verkocht, in december steeg dit, ondanks de lage passages te wijten aan de feestdagen, naar 228 koffies

## 2.2. SEIZOENSGROENTEN

Sodexo probeerde reeds zo veel mogelijk rekening te houden met seizoenen bij het opmaken van de menu's en de saladbar. Maar voor de soep, de saladbar en de broodjesgarnituur werden in de herfst- en wintermaanden echter ook tomaten, komkommers, bladsla en andere groenten buiten het seizoen aangekocht. Er werd een winterversie samengesteld voor de saladbar, de soepen en de broodjesgarnituur, dat in het restaurant werd uitgetest. Uiteindelijk werd er besloten de saladbar en de soepen tweemaal per week, op dinsdag en donderdag, 100% seizoensgebonden aan te bieden.

## 2.3. VLEESVERMINDERING

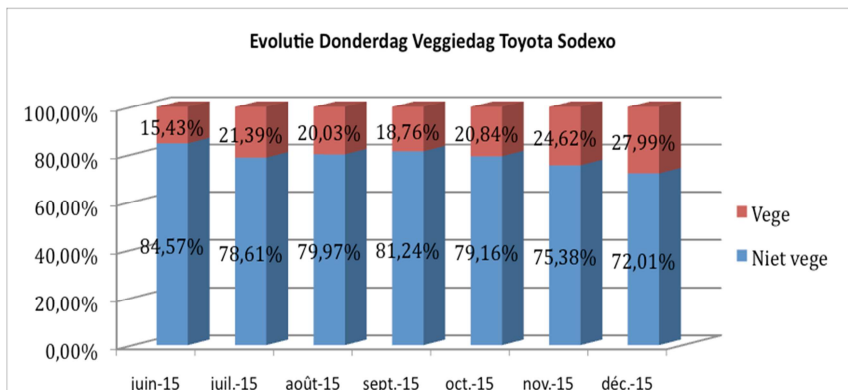
Bij het begin van het project maakten de vegetarische maaltijden slechts 15,43% uit van de totale afname van de warme schotels. In december 2011 is dit op donderdag gestegen tot 28%.

Katharina Beelen, Vredeseilanden: « De campagne kreeg oorspronkelijk weinig bijval, wat voornamelijk te wijten was aan het feit dat bezoekers de vegetarische gerechten niet kenden. En zoals het gezegde zegt "Onbekend is onbemind". Om dit te ondervangen, werd besloten om, tijdens drie weken, op donderdag bij de ingang van het restaurant een infostand te organiseren en proevertjes aan te bieden van de vegetarische dagschotel die in het restaurant werd aangeboden.



© Vredeseilanden

Aanvullend werden kleine affiches gemaakt waarop de vegetarische schotel werd voorgesteld. Op minder dan een uur tijd waren de vegetarische schotels volledig uitverkocht. »



Een vermindering van de vleesporties van 180 gr naar 150 gr voor de dagschotels in het Head Office restaurant werd doorgevoerd (een vermindering van 17%). Dit betekent een belangrijke verbetering op ecologisch vlak: voor 85.300 bereide vleesmaaltijden op jaarbasis, vertegenwoordigt dit een reductie in uitstoot van 47.598 kg CO<sub>2</sub>-equivalent (bron: Ecolife). Deze vermindering van de vleesporties werd zonder veel ruchtbaarheid ingevoerd. Om correct te handelen t.o.v. de werknemers werd de prijs van deze schotels niet verhoogd bij de jaarlijkse prijsindexatie die op hetzelfde ogenblik als de portievermindering inging. Een bijkomend voordeel was dat zo de prijzen van de schotels, alsook ook de grootte van de vleesporties in de restaurants van de verschillende sites beter gealigneerd konden worden.

## 2.4. VOEDSELVERSPILLING

In het kader van het verminderen van de voedselverspilling had Sodexo reeds verschillende stappen gezet, zoals een nauwgezet stockbeheer, het afstemmen van de besteldienst op een zo juist mogelijke inschatting van de benodigde ingrediënten en het in kleine hoeveelheden en op het moment zelf afbakken van de maaltijden. Ook werd ervoor gekozen de prijs voor de saladbar te linken aan het gewicht van de borden, dit ook om voedselverspilling tegen te gaan.

Het afschaffen van de presentatiemaaltijden aan de ingang van het restaurant, betekent op jaarbasis een besparing van meer dan 1.000 maaltijden. Dit betekent een besparing van 190 kg vlees en 195 kg groenten en zetmelen.

Katharina Beelen, Vredeseilanden: « *Aan de ingang van het restaurant werden dagelijks 3 verschillende dagschotels tentoongesteld die na de middag steeds in de vuilbak belandden. Deze werden afgeschaft. De klanten maken nu hun keuze op basis van een duidelijke beschrijving van het aanbod.* »

In november 2011 werd, in het kader van een afvalmeting, aan de klanten gevraagd hun borden zelf af te ruimen en de restcomponenten in de respectievelijke afvalcontainers te droppen. Tijdens de actie werd uitleg gegeven aan de klanten via tafelcommunicatie.

K. Beelen: “ *Deze actie werd voornamelijk gevoerd om de klanten zelf bewust te maken van het afval dat dagelijks geproduceerd wordt.* ”

## 2.5. AFVALBEPERKING

Tijdens het project werden nog een aantal bijkomende acties ondernomen.

De plastic watercontainers werden vervangen door waterverdelers aangesloten op de waterleiding.

Naar aanleiding van de afvalmeting werden de wegwerpbekers vervangen door herbruikbare glazen. Deze omschakeling zorgt voor een uitsparing van ongeveer 1.785 kg afval per jaar. K. Beelen: “ *Tijdens de afvalmeting werden ook zakken voorzien voor wegwerpmateriaal, zodat de dagelijkse afvalberg aan bekertjes visueel onder de aandacht werd gebracht. De meeste medewerkers namen deel aan de actie en reageerden uitgesproken positief.* ”

### 3. TE ONTHOUDEN PUNTEN

Communicatie en sensibilisatie naar de klanten toe zijn tijdens een verduurzamingproces heel belangrijk. Dit ziet men heel goed aan de Donderdag Veggiedag-actie. Eens de klanten het belang van de vegetarische maaltijd inzien, wensen ze het initiatief ook te ondersteunen.

De afvalmeting liet toe de honderden wegwerpbekers te visualiseren en de juiste acties te ondernemen.

Om de integratie van duurzame voeding vloeiend te laten verlopen en om weerstand te vermijden bij de bezoekers, is het aangewezen de veranderingen stapsgewijs in te voeren, zoals het integreren van een klein aanbod aan fairtrade en biologische producten, het verminderen van de vleesporties van 180 naar 150 gr en het tweemaal per week aanbieden van 100% seizoensgroenten.



© Vredeseilanden