



Impact Rapport FY22/23



Et udvidet fokus og ansvar

At skabe positiv impact

Dette regnskabsår har været skelsættende for vores arbejde med bæredygtighed, ansvarlighed og ordentlighed. Året har været domineret af vores målrettede indsats for at opnå B Corp-certificeringen og sideløbende udarbejde en ny bæredygtighedsstrategi, med tilhørende mål, som har til formål at understrege vores holistiske tilgang til at skabe positiv impact. I december 22 indsendte vi vores ansøgning og havde derfor brugt Q3 og Q4 i 22 på at svare på de 280 krav i B Corps Impact Assessment. Processen har været fantastisk lærerig og i takt med at gennemgik kravene område for område, kunne vi tage forretningsstrategiske beslutninger omkring roller og ansvar i den udvidelse af vores organisation, som vores vækst giver mulighed for.

Bæredygtighedsstrategien 2.0 matcher vores høje ambitioner om en 360 graders indsats på bæredygtighed. Samtidig har det været vigtigt for os at strategien frem til 2025 og 2030 er

compliant med øgede markedskrav, B Corp, og vigtigst af alt, det der betyder noget for kunder og medarbejdere i Jespers Torvekøkken. Derfor har arbejdet også resulteret i interessentanalyse, risikovurdering, due diligence, opdaterede leverandør CoC og påbegyndelse af en væsentlighedsvurdering.

Der er ingen tvivl om at året har været fantastisk givende for vores egen forståelse af, hvor vi reelt kan gøre en forskel fremadrettet, hvor meget vi allerede gør hver eneste dag landet over og hvor vi ikke er kommet så langt endnu.

Generelt har regnskabsåret været positivt præget af aktiviteter fokus på governance i torvekøkkenet, interne processer, risici og værdikædeansvar. Aktiviteterne har givet en betydelig indsigt i forretningen og vores muligheder for forbedring.

Den kommende CSRD-lovgivning bliver en game

changer for os alle, og virksomheder i og uden for bliver Europa gradvist langt mere bevidste om de fremtidige omfattende krav, der stilles inden for ESG. Det har været vigtigt for os at få et første overblik, og forstå sammenhængen mellem strategi, mål, væsentlighed, risiko og lovgivning, så arbejdet med både B Corp og bæredygtighedsstrategi 2.0 kan understøtte vores overholdelse af CSRD i de kommende år.

Kristina Steinfeldt Madsen
CCO
Direktør for Bæredygtighed



498
Ansatte



+20.000
Daglige
kuverter



Catering
køkken



75
Kantiner



2
Venues



2
frokosthuse



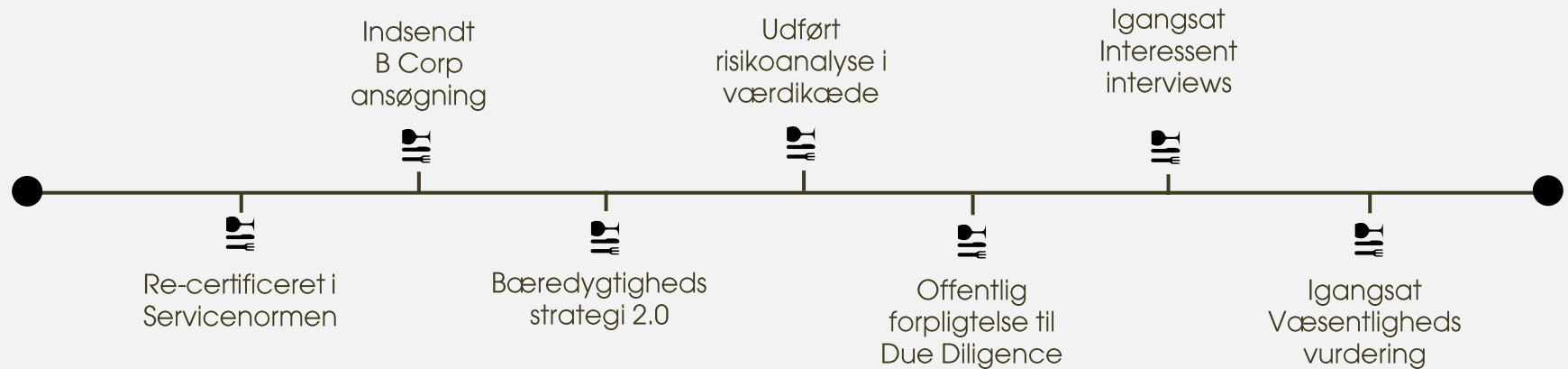
Jespers Torvekøkken har med årets vækst udvidet vores landsdækkende tilstedeværelse, særligt med etableringen af partnerskabet med AAU og deres store geografiske spredning. Vi har budt 116 nye kollegaer og adskillige nye frokostkunder velkommen, åbnet en venue i trekants området og 16 nye kantiner rundt i Danmark.

Både frokostforretningen, catering og kantiner vækster, samtidig med at alle forretningsområder løbende øger bevidstheden omkring det ansvar, vi har over for planeten, når vi serverer måltider til vores kunder hver dag.

Vi har oplevet en stigende interesse for den grønne mad på alle forretningsområder, samtidig med at vi venligt skubber på udviklingen gennem kundedialoger, kokkeskoler, og ikke mindst uddannelser til vores medarbejdere, som sikrer at den grønne mad smager mindst lige så godt, som det vores kunder er vant til.

Årets forretningsaktiviteter

Forankret i strategi og forberedelse på kommende krav



Forpligtelse til Due Diligence og risikovurdering

OECD's 6 skridt for ansvarlig virksomhedspraksis

Årets "deep dive" i koncernens forpligtelser, med udgangspunktet i at ville tage et reelt og holistisk perspektiv har åbnet vores øjne for hvordan vi definerer og tydeliggør ansvarlig virksomhedspraksis. Processen har givet os et konkret forspring til at imødekomme de krav vi stiller til os selv, og som markedet, kunder og medarbejdere vil stille i fremtiden. Vi har påbegyndt opfyldelse af OECD's 6 skridt for ansvarlig virksomhedspraksis, herunder en fuldstændig risikoanalyse af egen værdikæde fra primær produktion til slutbruger, vi har udarbejdet en forpligtelse til due diligence og påbegyndt interessant involvering. Med det formål at være på forkant med kommende CSRD og CSDDD lovgivning har vi endeligt påbegyndt vores væsentlighedsvurdering, som baseres på de øvrige analyser, samt den nye bæredygtighedsstrategi og tilhørende mål. Det har været essentielt for os, at gøre arbejdet grundigt, så vi står på et solidt grundlag over for alle vores interessenter, og er bevidste om hvordan agendaen kommer til at påvirke os alle de kommende år.

[illegible]

Vi forpligter os til at tage ansvar

I Jespers Torvekøkken ønsker vi at agere ansvarligt i både drift og udvikling af virksomheden. Derfor forpligter vi os til at arbejde systematisk og dedikeret med ansvarlighed. Dette vil vi gøre ved at integrere arbejdet med due diligence for bæredygtighed.

Vores forpligtelse hviler på internationalt anerkendte retningslinjer, herunder OECD's Retningslinjer for Multinationale Virksomheder, De 6 skridt for ansvarlig virksomhedspraksis og FN's Retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhvervsliv. Vores forpligtelse betyder at vi aktivt forpligter os til at bidrage positivt til den bæredygtige udvikling, menneskerettigheder, arbejdsdagerrettigheder, miljø, klima og biodiversitet, samt anti-korruption.

I vores arbejde med due diligence for bæredygtighed vil vi lave en risikokortlægning og vurdering af, hvor vi som virksomhed har de potentielt mest betydelige negative påvirkninger på mennesker, miljø og samfund i vores leverandørkæder.

Vi vil håndtere de potentielle og faktiske negative påvirkninger, som vi forårsager, bidrager til, eller som vi er forbundet til gennem vores forretningsforbindelser, f.eks. vores leverandører.

Hvis vores aktiviteter viser sig at forårsage eller bidrage til alvorlig negativ påvirkning på mennesker, miljø eller samfund vil vi stoppe aktiviteterne og hjælpe med genopretning.

Vi vil i vores implementering af due diligence for bæredygtighed involvere vores leverandører og andre relevante organisationer eller stakeholders.

Fordi arbejdet med ansvarlighed er en kontinuerlig proces, vil vi løbende udvikle vores tilgang og indsatser forbundet med due diligence for bæredygtighed.


Ronny Saul
CEO


Jesper Reinhardt
Bestyrelsesformand

Bæredygtighedsstrategi 2.0

Vi vil gå forrest i branchen

Med B Corp ansøgningen sendt afsted blev Q1 og Q2 2023 brugt på at sætte sidste punktum i den nye bæredygtighedsstrategi, med tydelig forankring i vores overordnede forretningsstrategi. I Jespers Torvekøkken har vi passion for ærlig mad og en bæredygtig fremtid, og med den mission er det vores fineste opgave at forstå hvad en bæredygtig fremtid indebærer. Strategien er delt op fire individuelle områder, som sammen definerer, hvordan vi vil tage ansvar for fremtiden og skabe en positiv påvirkning på både samfund, mennesker og miljø. Det er samtidig fire områder, som afspejler ESG, CSRD og B Corp forpligtelserne og som giver os en god ramme, når vi skal italesætte, hvor, hvem eller hvad vi gør en indsats for.

De fire områder indeholder hver deres ambitiøse mål og aktiviteter, som vi vil dokumentere, rapportere og dele med vores interessenter, så vi selv og med andre kan evaluere, fejre og justere.

De fleste mål skal vi nå allerede i 2025, fordi i Jespers Torvekøkken er innovation og skabertrang en del af vores DNA, og det motiverer os at arbejde med ambitiøse mål, der ikke ligger for langt ud i fremtiden.

Reduktion af CO₂e aftryk er dog en udfordring, der kræver både nye teknologier og markante adfærdsændringer, og derfor har de mål lidt længere tid at løbe på.

Muligheder, krav og dilemmaer opstår kontinuerligt og derfor er bæredygtighedsstrategien et billede på de indsatser vi arbejder med for nuværende. Vi er bevidste om, at agendaen vil flytte sig med lynets hast og ny viden vil bane vejen for nye dilemmaer og løsninger.

Uanset hvor vi ligger vores indsats, vil vi kontinuerligt og utrætteligt arbejde på at skabe en positiv påvirkning, gå forrest og udvise ansvarlig forretningsadfærd på kort og lang sigt, også selvom vi nogle gange må træde et skridt tilbage for at komme fremad.





" Vi vil skabe attraktive, nye, lokale arbejdspladser og tiltrække flere til branchen, så vi kan servere passion til frokost, også i fremtiden.



FOR MENNESKET

Vi tager ansvar for branchens fremtid

Og skaber rammerne for høj trivsel

Første område i strategien er de mål vi sætter for menneskene omkring os. For vores uundværlige kolleger, som hver dag gør en kæmpe indsats for at servere den gode mad for vores kunder, og som skal være glade, motiverede og trygge, når de går på arbejde.

Branchen er under pres og mangler arbejdskraft. Men vi ser hver dag, at branchen tilbyder gode arbejdspladser med gode arbejdstider, der matcher ønsker om privatliv og arbejdsliv i balance.

Det er vigtigt at vi får tiltrukket flere til branchen, og åbner deres øjne for de muligheder der er. Derfor har vi sat konkrete mål om at inkludere flere elever og praktikanter i vores arbejdsstyrke,

Vi tilskynder og støtter økonomisk vores loyale, ufaglærte kolleger til at gennemføre en faglig uddannelse gennem elevforløb og samarbejde med skolerne, og vi opmuntrer vores kolleger, som har været i branchen mange år, til at opkvalificere ved at gennemføre hele uddannelsesforløb.

Vi sikrer uddannelse og opkvalificering til alle i Jespers Torvekøkken, uanset køn, religion, uddannelse eller alder gennem skræddersyet uddannelseskatalog og stiller krav til at vores

medarbejdere gennemfører social kapital kursus med fokus på samarbejde, retfærdighed og tillid.

Der skal være plads til alle i Jespers Torvekøkken, også dem, der måske ikke kan passe et fuldtidsjob. Vi samarbejder med jobcentre og kommuner om at få udsatte i arbejde og skabe interesse for vores branche, og italesætter målet om øge andelen af udsatte kolleger i vores arbejdsstyrke.

Vi vil skabe høj trivsel gennem en kultur, hvor medarbejderne har et højt selvstændigt ansvar og frihed i dagligdagen med plads til kreativitet og innovation, og har bl.a. reformuleret vores madkultur, som hylder og understreger den enkeltes faglighed og gastronomiske ansvar. Vi tror på at det motiverer og inspirerer til at skabe de gode madoplevelser. Fordi glade kokke laver god mad.



FOR MENNESKET

Mål for 2025

**5 uddannelsesdage
pr. medarbejder**

**5% af arbejdsstyrken er elever
eller praktikanter**

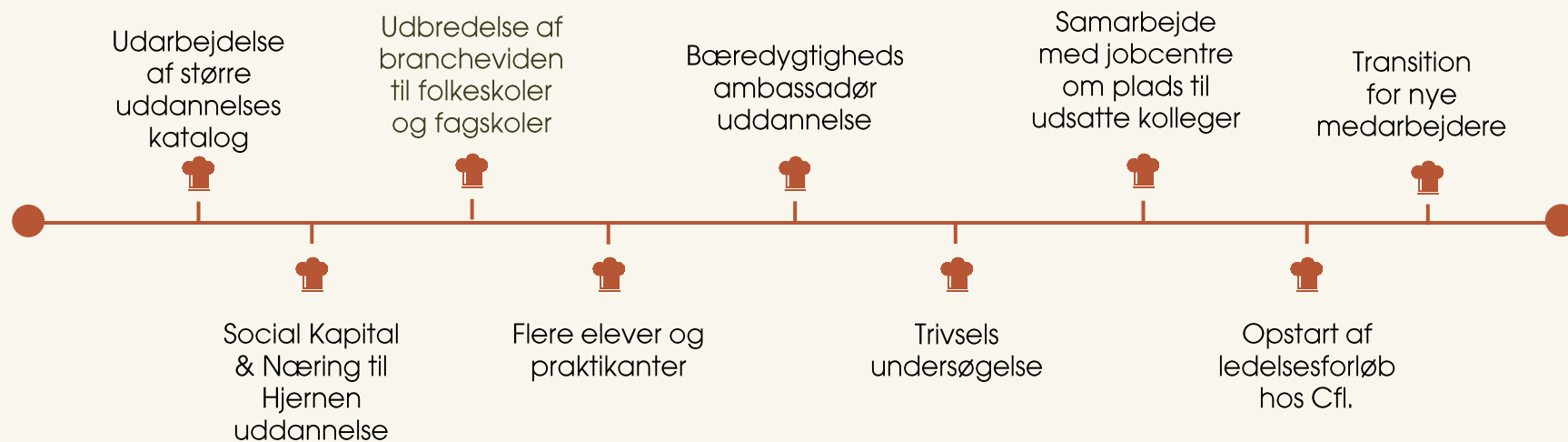
**3% af arbejdsstyrken er
"udsatte" kolleger**

**Højere social kapital
end branchen**

Frihed under ansvar

Et udpluk af årets aktiviteter

For Mennesket



Uddannelse og faglighed

Kilde til relationer og udfordringer

Et større uddannelseskatalog

Med målet om at højne uddannelses- og kursusdage for alle medarbejdere, så vi sikrer motivation, udvikling og faglighed, har det været et prioriteret fokusområde at præsentere et større uddannelseskatalog, som indeholder tilbud om faglig og personlig udvikling. Organisationen er blevet udvidet med dedikerede HR ressourcer, hvis primære opgave er at sikre trivsel og uddannelse.

Social Kapital

Social kapital uddannelsen har fortsat høj prioritet, hvor 46 deltagere i foråret gennemførte akademiforløbet med fire hele uddannelsesdage, efterfølgende eksamen og tildeling af 5 ECTS point ved bestået. Fokus på Social Kapital uddannelsen centrerer sig om retfærdighed, tillid og samarbejde, og hvordan vi skaber høj kapital i vores virksomhed. Deltagerne arbejder med kommunikation, konflikthåndtering, samarbejde og selvledelse. Uddannelsen har kørt i mere end 8 år i Jespers Torvekøkken og danner

grobund for et fælles sprog, den rigtige adfærd, det gode samarbejde og bidrager til at vi så gode kolleger for hinanden.

Næring til Hjernen

Vores eget uddannelsesprogram *Næring til Hjernen* har i år bekræftet sin berettigelse med flere hold online og fysisk. Det tre dages kursus, med fokus "på sensorik, smag, økologi og grøntsager i centrum var en stor succes blandt deltagerne, som særligt var nye kolleger.

"Som ny i JTK var det vigtigt at få fortalt, hvilken grøn rejse det er, vi som nyligt ansatte skal med på. Hvad konceptet indebærer og ikke mindst hvad det kræver af os med kokkejakken på. Jeg føler, at jeg nu er godt klædt på til at give vores gæster den oplevelse som er i JTKs ånd,"
- Maj-Britt Højlund, køkkenchef

Næring til Hjernen bidrager desuden i høj grad til at danne relationer på tværs af lokationer, og prøve nye råvarer og metoder af, som udvikler kokkene og deres evner inden for det grønne

køkken.

"Jeg var vild med at være i køkkenet sammen med de andre kursister. Vi kom på kurset ud af vores 'comfort zone' - nyt køkken, nye mennesker, nye retter og ingen ide om hvad vi skulle lave, før vi trådte ind i køkkenet og så råvarerne - men det var så fedt! Den ny viden har været med til at give både mig, men ikke mindst mine medarbejdere motivation og gejst til at prøve nye ting af."
- Maj-Britt Højlund, køkkenchef.

Succesen med de første seks hold igennem de seneste to år i Jespers Torvekøkken betyder, at Næring til Hjernen er blevet en fast- og populær bestanddel af uddannelseskataloget og onboarding programmet for nye medarbejdere. De tre næste uddannelseshold er allerede planlagt, og bliver afholdt på den anden side af sommerferien i august måned.

De gode ambassadører

For holdninger og værdier

Bæredygtighedsambassadøruddannelsen

Sammen med Hotel og Restaurantskolen designede vi et skræddersyet uddannelsesforløb, støttet af midler fra Økologifonden med det formål at udvikle bæredygtighedsambassadører i Jespers Torvekøkken. Ambassadørerne får en grundig forståelse af de muligheder og dilemmaer inden for bæredygtighedens mange facetter, vi oplever i køkkenerne, gennem indkøb, råvarevalg og menu sammensætning. Ambassadørerne blev også trænet i minimering af madspild, flere bælgfrugter, mere sæson og økologi, mindre CO2e påvirkning, fermentering, syltning og andre teknikker som skaber naturlige smagsfremmere. Forløbet var en stor succes og er allerede planlagt med endnu et hold i kommende regnskabsår.

Værdibaseret ledelse

Med den høje vækst og tilstrømning af nye medarbejdere har det været et prioriteret punkt for ledelsen at italesætte virksomhedens værdier og den kultur, som medarbejderne tilvælger Jespers Torvekøkken for, men også hvad det

kræver at være leder i organisationen. Vi har igangsat et lederforløb hos Center for Ledelse, hvor ledere skal igennem et længere kursus med fokus på ledelse i kontekst af Jespers Torvekøkkens organisation, værdier og ambitioner om at være frontløber inden for bæredygtighed.

Værdier med til at sikre prestigefyldt pris

Det var stort da vi vandt Kantineprisen i 2022 med Sofie Randall i spidsen i kantinen på Kopenhagen Fur. Sofie fik støtte fra administrationen hele vejen, som greb hendes ideer og initiativer i forløbet. Sofie driver køkkenet ud fra torvekøkkenets værdier og ambitioner inden for bæredygtighed. Prisen blev bl.a. tildelt os på grund af vores bidrag til den grønne omstilling og gode arbejde med reduktion af madspild samtidig med at teamet trives i hverdagen.



"Jeg er stærkt draget af værdierne i Jespers Torvekøkken. Det er en virksomhed i konstant udvikling, og det synes jeg er megafedt. Vi står aldrig stille i Torvekøkkenet, men udvikler os hele tiden sammen." - Køkkenchef Sofie Randall

At gøre en indsats

For fremtidens medarbejdere

Flere elever og praktikanter

Det er vores ansvar at skabe interesse for branchen og sikre fremtidige arbejdspladser. Målet om markant flere elever og praktikanter er blevet taget vel imod blandt ledere og personale, og vi oplevede hurtigt en effekt af italesættelsen af netop dette mål. Det kræver ressourcer og planlægning at skabe gode forhold for elever, og det har krævet en del af køkkenerne at inkorporere flere pladser, men omvendt har det tilført en særlig stor værdi for eleverne og de kolleger der har skullet lære fra sig.

Branchekendskab for skoler

I årets løb har vi haft adskillige skoleklasser forbi vores storproduktion på Vandtårnsvej for at udbrede viden om kokkefaget, hvilke muligheder der er i vores branche, og ikke mindst hvordan hverdagen ser ud for vores medarbejdere. Vi arbejder hårdt på at vise de attraktive sider af

faget, og give unge mennesker muligheder for at komme i praktik, uddanne sig som elever eller blot være med i køkkenerne, så de får en positiv oplevelse af kokke- og cateringfaget og de kan tage kvalificerede valg om fremtiden.

En plads til dem der har brug for det

At skabe arbejdspladser handler også om at tage ansvar for dem, som ikke nødvendigvis har det så nemt. De sårbare og udsatte, som af fysiske eller mentale årsager ikke kan varetage et fuldtidsjob på normale vilkår. Vores branche er heldigvis kendt for at give plads til mange, og i Jespers Torvekøkken har det været en prioritet i mange år at skabe en arbejdsplads, med rummelighed og respekt for at kolleger kan have behov for en anden måde at arbejde på. Således fortsatte vi vores gode samarbejde med jobcentre, kommuner og skoler og har i dag ansat medarbejdere på tilpassede vilkår, såsom nedsat tid, begrænsede arbejdsopgaver eller med støtteordninger.

Den 30.6 kunne vi glædeligt konstatere at vi i 2023 er godt på vej mod vores mål:

Antal medarbejdere

I virksomhedspraktik	26	(4,0%)
I løntilskud	3	(0,5%)
I Fleksjob	17	(2,6%)
Elever	17	(2,6%)

“Det er min overbevisning at ansættelse af fleksjobansatte, praktikanter og elever styrker vores mangfoldighed og understøtter vores mål om højere inklusion – og så giver det bare en mere dynamisk arbejdsplads. Kollegaer i fleksjob kommer ofte med andre perspektiver og kompetencer end dem vi ellers ville have søgt, og eleverne bidrager i høj grad med nye ideer og en nysgerrig attitude – det sætter mange refleksioner i gang, på alle niveauer.”

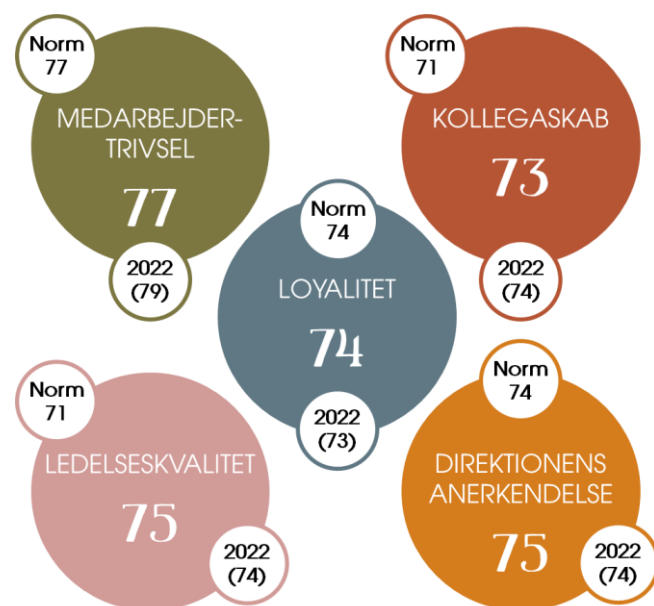
– Jane Resen, HR manager

Trivsel

For eksisterende og nye kolleger

Trivsel i en vækstorganisation

I maj gennemførte vi den årlige trivselsundersøgelse for organisationen og kunne til vores store glæde konstatere at den sociale kapital fortsat er på tilfredsstillende niveau. Vores mål er at have højere social kapital end branchen, og årets undersøgelse viste at vi fortsat ligger over eller på niveau for branchenormen.



FOR MENNESKET

Ledelseskvaliteten blev vurderet højere end sidste år, hvilket bekræftede ledelsen i effekten af den tidligere igangsatte handlingsplan for opkvalificering af ledere. Medarbejdertrivselen var faldet en smule, hvilket var forventeligt efter et år med voldsom vækst og dermed et pres på organisationen, som kunne mærkes både i driften og i stabsfunktionerne. Ledelsen har derfor prioriteret at opmande flere afdelinger, så disse er rustet til den fortsatte vækst, med et samtidig fokus på at skabe højere medarbejdertrivsel.

Transition med fokus på mennesket

I starten af regnskabsåret overtog vi AAU og bød således velkommen til mere end 40 medarbejdere fordelt på 6 lokationer i hele Danmark. I vores branche skifter kantineleverandører med jævne mellemrum. For at sikre medarbejderne i de pågældende kantiner, følger deres ansættelse kantineleverandøren. Med den vækst vi har oplevet i kantinedivisionen, har vi derfor budt velkommen til mange nye medarbejdere, som fra den ene

dag til den anden har fået ny arbejdsgiver. Det kræver en skarp transitionsplan, så vi giver medarbejderne en god opstart, med de forandringer i dagligdagen, nye systemer og nye kolleger der følger med. For os er det vigtigste at vores nye kolleger altid føler sig velkomne og at de fra dag 1 oplever støtte, tydelige retningslinjer og ikke mindst frihed og tillid. Transitionen på AAU var en succes og har dannet præcedens til fremtidens transitionsprocesser.

“Da vi var blevet overtaget og jeg var overgået til Torvekøkkenet tænkte jeg, det var sgu en dejlig arbejdsplads. Det er et dejligt sted at være. Der er meget nærhed og interesse fra kundechefens side. Der er også frirum, når det kommer til at eksperimentere med nogle ting i køkkenet. Jeg bestemmer jo selv, hvad vi laver og serverer. Noget jeg også godt kan lide ved Jespers Torvekøkken er, at man altid får hjælp. – Jörg, køkkenchef AAU København

"Vi vil danne vedvarende partnerskaber med vores kunder og drive den bæredygtige udvikling sammen med vores gæster."



FOR GÆSTEN

Dagens grønne lune

- Langtidsbagte tomater, rosmarin gratineret papperdelle & hvidvinssauce

Vores partnerskab med kunden skal være langvarigt, succesfuldt og udviklingsorienteret

Hos Jespers Torvekøkken bliver gæsten og kunden aldrig bare en dråbe i vandet. At lytte, inddrage, samarbejde og etablere partnerskaber er for os en naturlig del af vores forretning og har altid været det. Med B Corps fokus på kundeinddragelsen, blev det tydeligt for os, at vi også her, havde lyst til at sætte ord og mål på de relationer, vi ønsker at have med vores kunder.

Vi er ambitiøse og vi vil noget med vores mad. Vi skal bidrage til klodens velbefindende, i et tæt samarbejde med vores gæster og kunder, både i dag og i morgen. Vi understøtter kundernes egne mål og bidrager til deres arbejde og udvikling med bæredygtighed, og det er vigtigt for at få det kontinuerlige input fra vores kunder, så vi kan tilpasse vores leverancer til deres mål. Vi afholder årlige kokkeskoler og inspirationskurser for vores gæster og kunder, og faciliterer den åbne og ærlige dialog om bæredygtighedsemner, der ligger os alle på sinde.

Vi måler årligt tilfredsheden hos vores kunder for selskab, frokost og kantiner og sikrer kontinuerlig

inkorporering af kundefeedback, så partnerskaberne bliver værdifulde for alle. Vi inddrager vores kunder åbent og transparent i udvikling af produkter og services gennem fokusgrupper, interviews og undersøgelser.

Vi deler den nyeste viden med kunder og gæster med det formål at motivere til ansvarstagen i egen virksomhed eller privat. Viden skal være relevant og konkret, så det kan anvendes, når det ønskes.

Vi understøtter og indgår i forskningsprojekter på landets universiteter og åbner vores virksomhed for kunder og samarbejdspartnere som testmiljø og afprøvning af hypoteser, nudgingtiltag eller nye værktøjer. Vi stiller os til rådighed studerende til specialer, opgaver og praktikforløb, og deler gerne data, viden og erfaringer, som kan bidrage til de studerendes undersøgelser eller opgaver. Det er vigtigt for os at bygge bro mellem forskning og forretning, fordi vi ved at vi kan lære en masse af hinanden, og være kilde til udvikling. Derfor deler vi også gerne vores data fra forretningen til fordel for forskning og udvikling.



FOR GÆSTEN

Mål for 2025

70% af vores kunder er hos os mere end 2 år

50% af vores kunder kan anvende vores viden om bæredygtighed i egne indsatser

Minimum 80% af vores kunder er meget tilfede

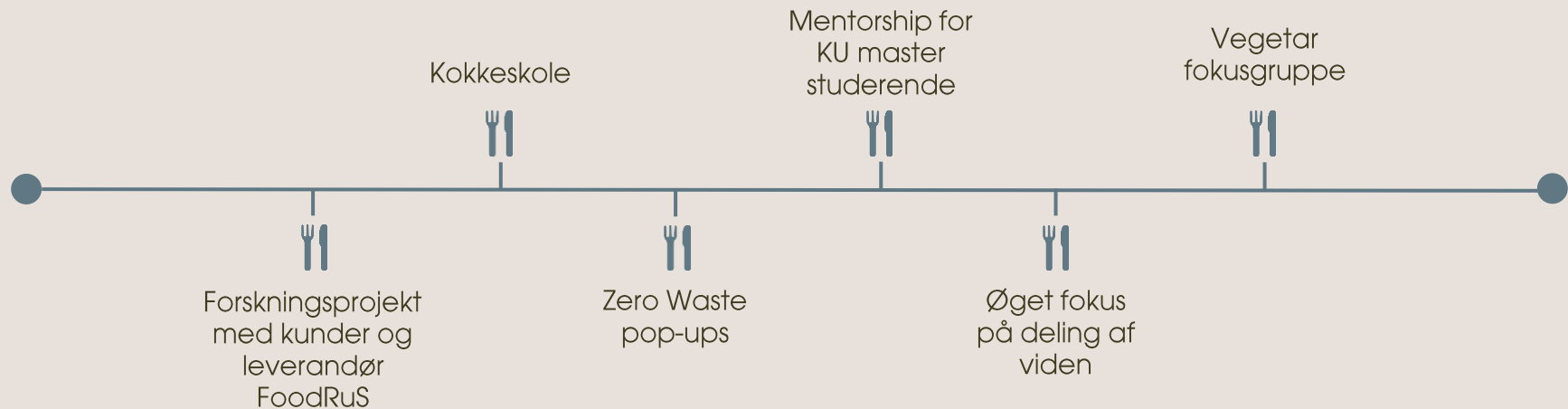
2 årlige forsknings/innovations projekter med kunder

Gæster inddrages i udvikling af produkter og services

Vi deler viden og inspiration, der motiverer vores gæster til at tage ansvar

Et udpluk af årets aktiviteter

For Gæsten



Viden

er noget vi deler med hinanden

Øget fokus på deling af viden

Vi er blevet meget bevidste om at kunder og gæster skal med på rejsen og partnerskaber for alvor kan flytte agendaen. B Corp lægger op til at kunder bør deltage i udviklingen af virksomhedens produkter. Gennem SoMe, mails og ikke mindst de fysiske møder, har vi i årets løb øget vores fokus på at dele al potentiel brugbar viden, for kunder i egne indsatser. Vores transparens har givet utrolig god respons, fordi vi troværdigt fortæller både om succeserne, men også om de dilemmaer vi møder og fejl vi begår undervejs.

Mentorship for studerende til forskning

I efteråret 2022 påbegyndte vi et mentorship program for to master studerende på Københavns Universitet, hvis ide var at udvikle plantebaserede alternativer til pålæg. De to studerende havde flere møder med vores gastronomiske chef, blev introduceret til vores kokkes processer og ikke mindst vores erfaringer fra kunderne. Formålet var at de studerende skulle præsentere deres prototype på en

plantespread, som vores kokke kunne teste af. De kom med interessante tanker om danske spisevaner og muligheder for at ændre pålægsvanerne. I sidste ende kunne deres teoretiske tests ikke helt stå til måls med virkeligheden i en kantine og brugernes forventninger. Det var et lærerigt forløb for begge parter, men også et særdeles tidskrævende forløb, som har lært os mere om at udfordre de studerende i et tidligt stadie. Vi ønsker fortsat at arbejde tæt med forskning, fordi det er her nye og spændende tanker starter, men vi skal være skarpere på forventningsafstemning og formål i forskningsprojekter.

Fokusgruppe for vegetarkunder

I vores bestræbelser på at skabe et grønnere frokostprodukt til vores frokostkunder i Storkøbenhavn igangsatte vi en undersøgelse i foråret. Vi inviterede en række kunder til en åben fokusgruppe, hvor vi søgte input til udvikling af det vegetariske frokostsortiment. Kokke, salg, og udvikling deltog med det formål at forstå kundernes tanker. Kunderne skal helt med ind i

udviklingslokalet, når vi sammensætter nye frokostordninger, og fokusgruppen var et fantastisk format, som skabte gode diskussioner og en masse ideer hos vores kokke. Efterfølgende har vi blandt andet indført at det vegetariske pålæg i højere grad bliver serveret som anretninger og at vi anvender køderstatningerne som "like chicken" og ærteprotein i lavere grad end tidligere. Vegetarer, som har valgt at undgå kød pga. konsistenser ønsker ikke køderstatninger og det gav anledning til gode snakke om hvad det vegetariske køkken egentlig skal bestå af.

"Vi blev i juni inviteret til at deltage i fokusgruppe om "Den fremtidige vegetar i Jespers Torvekøkken". Det var en eftermiddag med stort engagement fra både os som kunder og det ambitiøse hold bag udviklingen af menuer hos Jespers Torvekøkken. Det er en fornøjelse at blive inviteret til at deltage i et så tæt samarbejde om madvaner, madspild og videreudvikling af vegetaruniverset." - Christina Luth-Svan, Stiesdal A/S

HORIZON-støttet forskningsprojekt

på tværs af værdikæden og landegrænser

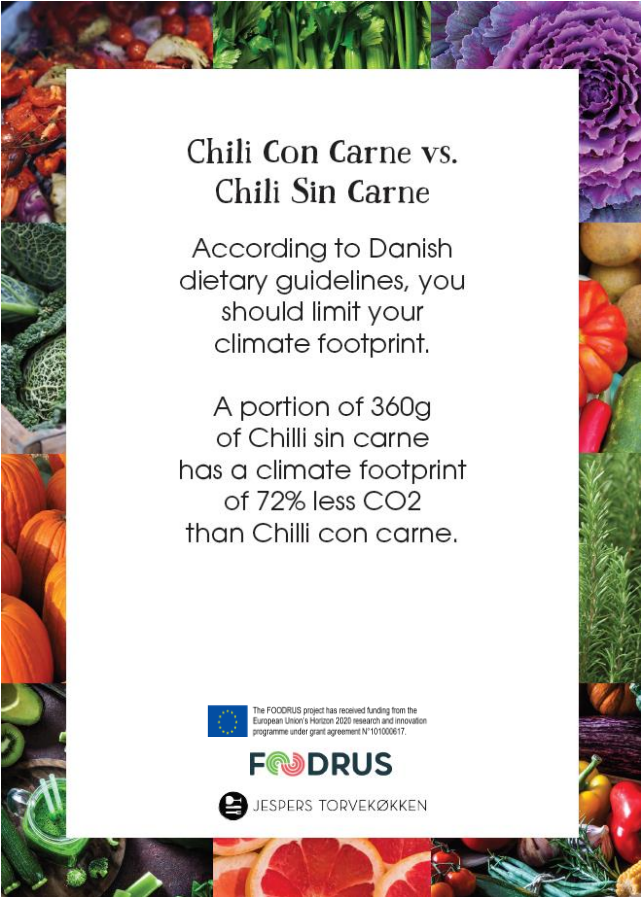
Jespers Torvekøkken har siden 2020 deltaget i EU projektet FoodRuS sammen med Københavns Universitet og vores primære leverandør Hørkram. 30 europæiske partnere fra 11 lande deltager i projektet, hvor Danmark er én af tre piloter. Sammen med producenter, leverandører og kunder undersøger vi hvordan vi gennem social og teknologisk innovation kan skabe cirkulære strategier sammen og hjælpe hinanden med at undgå madaffald og madspild, samt reducere vores klimaaftryk for flere planetære grænser.

I 2023 tilknyttede vi i projektet et ph.d. studie til flere lokationer med formålet at designe relevante nudging værktøjer, som skulle promovere de plantebaserede alternativer og undersøge hvordan budskaber omkring ernæring, CO2 og kostråd påvirker forbrugerne i købet.

Dataindsamlingen i forbindelse med studiet bestod af spørgeskemaundersøgelse før og efter

interventionen, og under interventionen anvendtes FoodOp vægte til at måle spiste mængder og spild på de retter, der blev testet i studiet. 269 respondenter deltog i baseline, og 254 respondenter deltog i follow-up. Under intervention ændrede vi menuerne på lokationerne, samtidig med at vi testede forskellige budskaber, som skulle få respondenterne til at tage det grønne og mere klimavenlige valg til frokost.

Resultaterne viste, at de fleste bemærkede budskaberne i kantinerne, og respondenterne blev spurgt om hvorvidt budskaberne påvirkede deres valg. Vores salgstal bekræftede respondenternes svar, nemlig at det havde en påvirkning. Under interventionen faldt salget af retter med kød. Salget kom dog tilbage på normalt niveau efter interventionen, hvilket bekræftede os i at nudging kun har en begrænset effekt, men kan ændre adfærd. Projektet fortsætter frem til sommeren 2024.



**Chili Con Carne vs.
Chili Sin Carne**

According to Danish dietary guidelines, you should limit your climate footprint.

A portion of 360g of Chilli sin carne has a climate footprint of 72% less CO₂ than Chilli con carne.

 The FOODRUS project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement N°101000617.

FOODRUS

 JESPERS TORVEKØKKEN

Madlavning med gæster og kunder

Fællesskab, hygge og holdninger

I 2021 søsatte vi ideen om at invitere gæster og kunder ind i køkkenet blandt vores kantinekunder. Vi har i adskillige år afholdt kokkeskoler for vores kunder i Madhuset i Søborg, men vurderede sidste år at det også kunne være anledning til videndeling, inspiration og gode dialoger på vores kintinelokationer. Således har vi i løbet af dette regnskabsår afholdt "zero waste" kokkeskoler og pop-ups på flere af vores uddannelsesinstitutioner i forbindelse med universiteternes egne arrangementer, eller som særskilte events. Det er blevet et populært indslag, og vi har flere gange oplevet at deltagere har stået på venteliste. Bæredygtighed- og Udviklingsteamet står for arrangementet og inviterer studerende og ansatte indenfor i køkkenet, hvor de sammen laver mad. Emnet er ofte hvordan man genanvender mad, der er til overs, og Jespers Torvekøkkens fornemmeste opgave er at dele tips og tricks til, hvordan man får brugt hele råvaren, og hvordan man kan forvandle rester

og madspild til nye skønne retter, der også er lette at lave derhjemme. Vi deler gerne vores viden og gode råd, så vi sammen kan tage kampen op mod madspild, og det er fantastisk at se hvordan vores kunder og gæster gerne vil med på rejsen og lade sig inspirere.

Det gælder både for events ude på vores lokationer omkring i landet, men også ved den årlige kokkeskole som afholdes i Søborg for frokost- og kantinekunder. Kokkeskolen tiltrækker mere end 90 mennesker hver gang, hvor det primære forhold er at skabe den gode relation til vores kunder, at de møder kokkene, der laver deres mad hver dag, og ikke mindst at vise kunderne hvilke dilemmaer vi står i, når vi gerne vil servere ansvarlig frokost til dem, men samtidig skal leve op til alle deres ønsker og krav. Arrangementerne skaber nysgerrighed og et bedre fundament for en åben dialog, om hvilken viden kunderne ønsker og mangler, men også om hvordan vi sammen kan gøre en forskel gennem de valg, vi træffer hver dag.





"Vi vil sætte den grønne tallerken øverst på menuen med velsmagende mad der udleder mindre CO₂e og bidrager positivt til miljøet.

"Vi vil udfordre branchens værdikæder og udvikle fælles løsninger for CO₂e reduktion og processer for mærkbar upcycling."

Det vi serverer på tallerkenen har en direkte effekt på vores sundhed, fødevarer system og klima

At sætte mål for klimaet er et nøgleområde i vores strategi. Reduktion af madspild og CO₂e er til stadighed, to af de mest omtalte, relevante og vanskelige områder i vores branche, at arbejde med, og derfor centralt for os.

Vores mål om at reducere CO₂e aftrykket med 75% i scope 3 i 2030 er et særdeles ambitiøst mål og kræver markante adfærdsskift i forhold til hvad vi serverer på tallerkenen. Reduktionen skal især findes i råvareindkøbet og handler i høj grad om, at vi skal sammensætte vores tallerkenen anderledes, herunder at reducere de særligt CO₂e tunge kødtyper okse og lam og servere flere bælgfrugter og alternative proteiner. Grøntsagerne skal fylde mere og vi skal lære at spise på en anden måde. Den grønne tallerken skal konkret understøttes af uddannelse, træning og en tydelig madkultur og indkøbspolitik, så både kunder og kokke bliver trykke i det grønne måltid.

Økologi er ikke hele svaret i vores arbejde mod et positivt aftryk på klimaet, men det er en brik i puslespillet. Derfor har vi sat konkrete mål for økologiandelen på tværs af hele koncernen.

Dele af forretningen er allerede indehavere af guld, sølv og bronze spisemærker, og målet er at vi allerede i 2023 når en minimum økologiandel i råvarer på 30% for den samlede koncern.

Vi arbejder ambitiøst på, kun at trække de gulerødder op ad jorden, som vores gæster ender med at spise. Vores mål om at reducere madspild, handler om at producere de rette mængder i første omgang, så vi belaster hele værdikæden mindst muligt og vores passionerede medarbejdere kan bruge tid på at tilberede velsmagende måltider, som rent faktisk bliver spist.

Vi skal bidrage til bedre biodiversitet gennem vores indkøb og vil kortlægge vores påvirkning på biodiversitet sammen med eksperter på området.

Mål for 2030

75% mindre CO₂e i råvareindkøbet

Indkøb af okse og lam udgør 1% af råvareindkøbet

Mål for 2025

Min 5% af råvareindkøbet indeholder bælgfrugter og alternative proteiner

50% mindre madspild

Min. 40% økologi

Indkøb bidrager til forbedret biodiversitet

Vores virke udleder CO2e i hele værdikæden

Det skal vi tage ansvar for

Vores mål om at reducere vores CO2e aftryk i scope 3 med 75% bliver ikke et nemt mål at nå, men det er et udtryk for vores ambitioner og vores reelle ønske om ansvarstagen for hele værdikæden. Reduktionen skal udover råvareindkøbet ske gennem udfasning af engangsemballage, udfasning af transport fortaget med fossile brændstoffer, samt langt højere grad af upcycling og genanvendelse, som vi har sat konkrete mål for. Vores leverandører skal tilstræbe at vælge den transportform med lavest påvirkning, og vi skal sammen lede efter de løsninger, der påvirker klimaet på den mest positive måde.

Vi vil skubbe på i værdikæden og inddrage både leverandører, egne medarbejdere og kunder i projekter, der finder muligheder og løsninger inden for upcycling og genanvendelse af bl.a. beklædning og råvarerester i strukturerede processer med dokumenteret positiv påvirkning. Upcycling af gode madrester sker hver eneste dag, de fleste steder i vores forretning. Det gode håndværk, respekten for råvarerne og intelligent menuplanlægning, har været på agendaen i mange år. Vi har afprøvet

forskellige løsninger for mere struktureret upcycling, som eksempelvis tørringsteknologier, men vi har endnu ikke fundet en løsning i vores storkøkkener. Og det har vi sat mål for at finde i denne strategi.

Allerede i 2025 er vores mål at 80% af egen transport foretages i el-biler og den strøm vi selv indkøber er 100% grøn. I 2030 skal vi være neutrale i vores direkte påvirkning og produktion, i scope 1 og 2.

Vi udarbejder et koncern klimaregnskab efter GHG protokollen i scope 1, 2 og 3, som giver os indsigt i egne emissioner, og hvor vi kan reducere. Desuden følger vi CO2e aftrykket løbende på vores råvareindkøb og inddrager medarbejdere og kunder i hvordan vi reducerer aftrykket på tallerkenen. Mål i 2030 kan synes langt ude i fremtiden, men det er vigtigt at vi løbende forbedrer og udvikling vores forretning, så vi sammen kan fejre selv de små reduktioner.

Mål for 2030

75% mindre CO2e i scope 3

100% CO2e neutral produktion (scope 1 og 2)

Mål for 2025

50% af egne rester anvendes i større upcycling processer

80% af vores beklædning kommer fra upcycling og upcycles

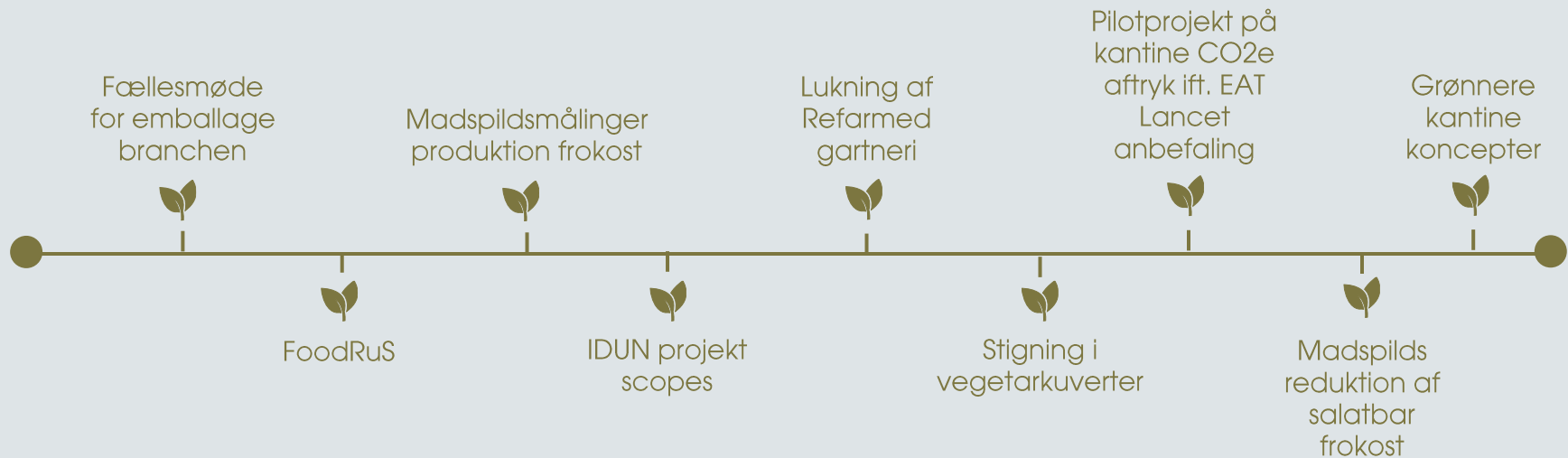
80% af engangsemballagen er udfaset i forretningen

80% af egen transport foretages i el-biler

100% grøn strøm på egne lokationer

Udpluk af årets aktiviteter

For Klimaet



Udfasning af engangsemballage

Dilemma kræver helt anden tilgang

I januar 2023 inviterede Jespers Torvekøkken alle relevante emballageaktører til et helt nyt format, nemlig et åbent møde med fokus på at skabe forretning og ultimativt ende på "0 engangsemballage". Kleen Hub, Hørkram, Dansk retursystem, New Loop, Plastic Change, Circle, Københavns Kommune, Genkrus m.fl. deltog på en heldags workshop med åbne diskussioner. Deltagerne blev vist rundt på KU og vores gode kolleger fra køkkener og café forklarede deres daglige udfordringer ift. engangsemballage, bl.a. kundernes forventninger til hvad man kan tage med sig, hvad man kan få gratis og hvor convenient løsninger skal være. Men også hvordan et campus indgår i en by som del af et samlet økosystem. Deltagerne fik et transparent indblik i vores indkøbsdata, og vi fremlagde alle vores dilemmaer, afprøvede løsninger og ideer.

Kompleksiteten er udfordrende, og ingen er endnu lykkedes med en succesfuld vedvarende udfasning af engangsemballage, hvorfor vi ville prøve en fuldstændig anderledes metode.

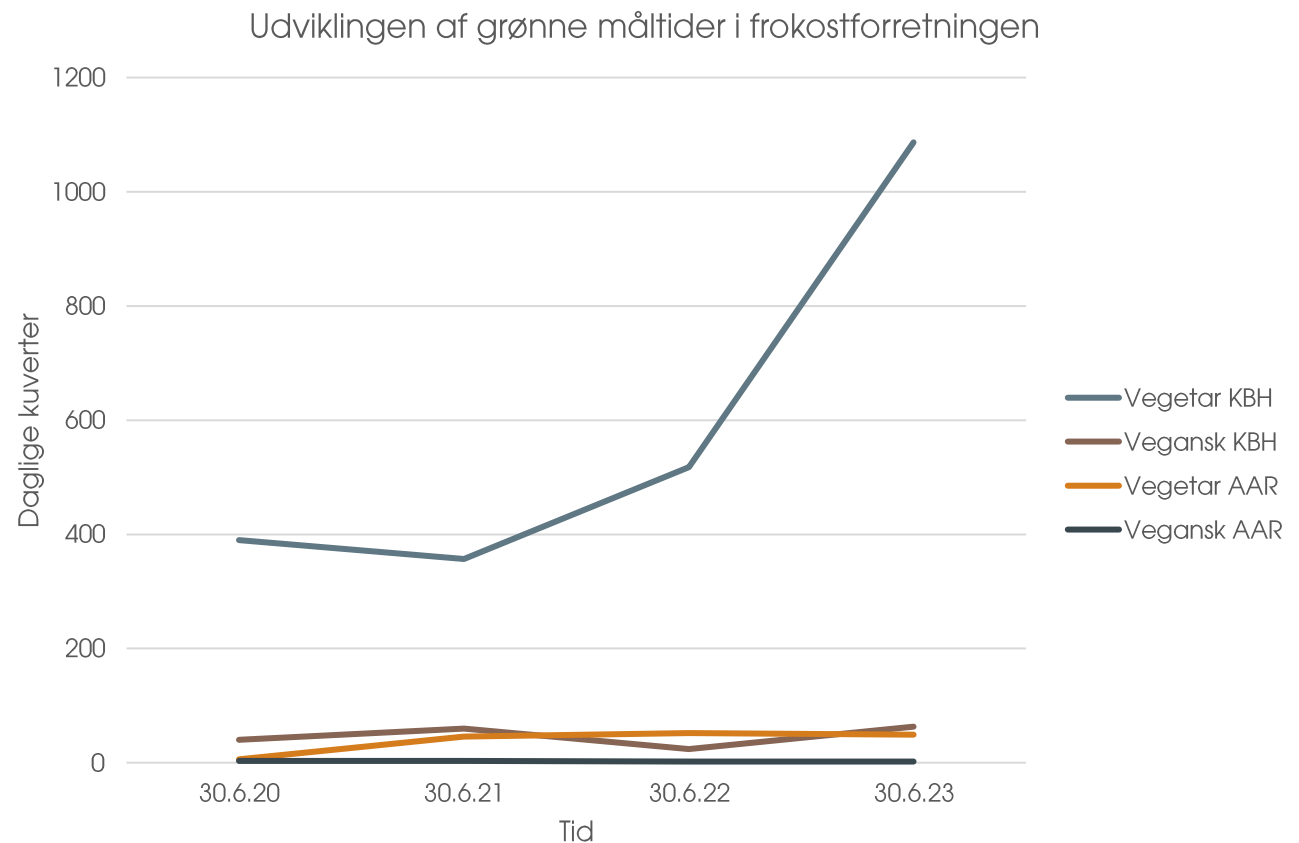
Efter workshoppen havde alle deltagere mulighed for at byde ind med en løsning, der kunne imødekomme udfordringer og visioner. Ud af workshoppen, er valget faldet på samarbejdspartner IDUN, som nu skal i gang med at udvikle en holdbar løsning. IDUN har udviklet et praktisk plug & play system til genbrugsemballage. Virksomheden er udsprunget af DUNI GROUP og er nyetableret udelukkende med fokus på at skabe en serie af genbrugsemballage, der er fuldstændig cirkulær. IDUN er bakket op af en stor række investorer og deres software betragtes som "state of the art". Den første lokation forventes igangsat med IDUN efter sommer.



110% stigning i vegetarkuverter hos frokostkunderne i Storkøbenhavn

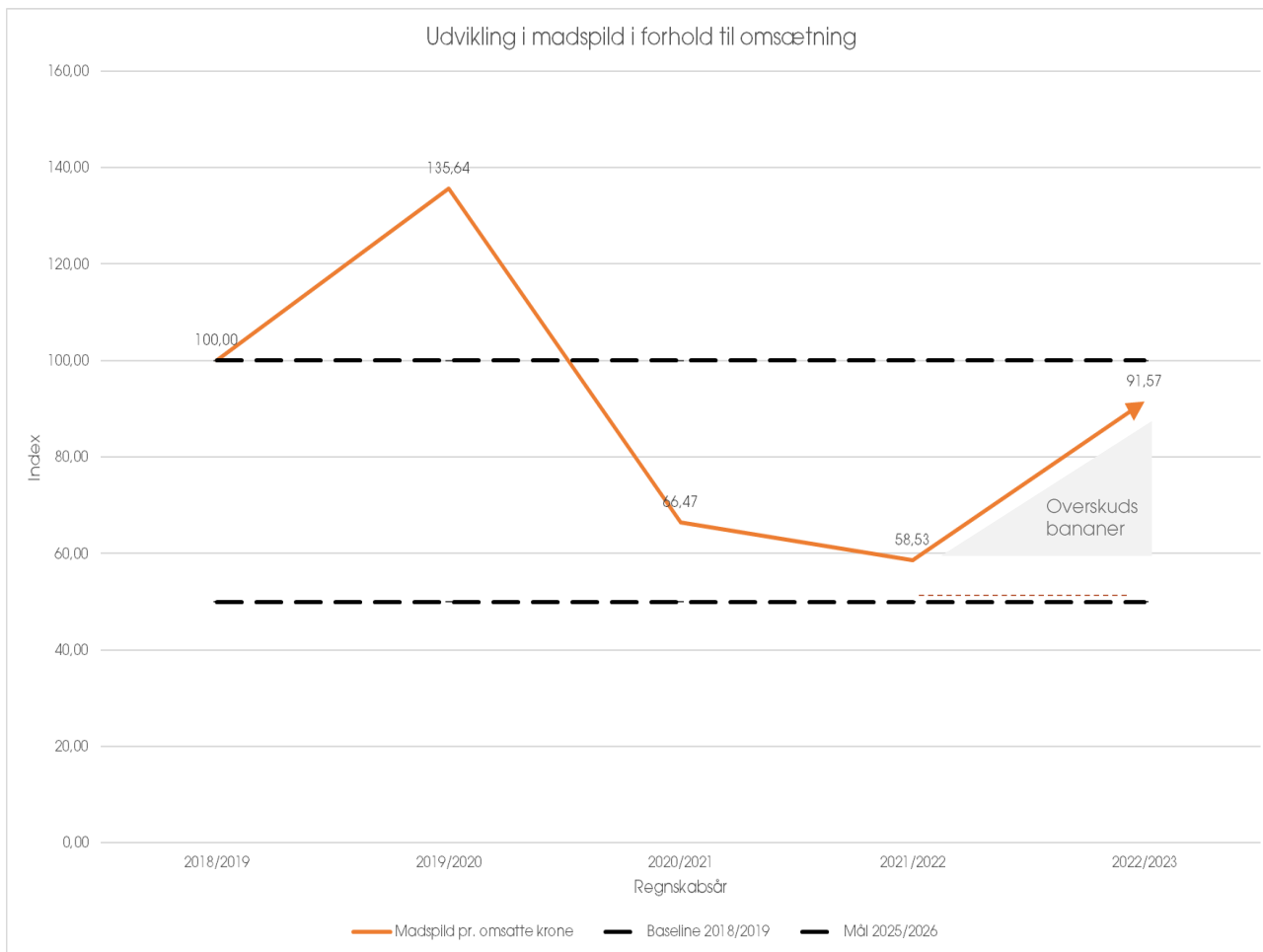
Vegetarkøkkenet, der servicerer vores frokostkunder i Storkøbenhavn fortsætter den flotte vækst også i FY22/23. Det tager tid og kompetencer at udvikle grøn mad til de mange kunder, som ikke nødvendigvis er 100% vegetarianer. Teamet er blevet større, køkkenchefen uddannes løbende, der købes bedre råvarer og så er teamet særligt dygtige til at forbedre produktet kontinuerligt, så vegetarmenuerne passer til frokostordninger ud af huset.

Vegetarkøkkenet er blevet et verdenskøkken med danske favoritter, med smag og konsistenser i centrum, der bruges tid på anretning og tanker på farver og præsentation. Og tallene viser at kunderne kvitterer med en fortsat stigende efterspørgsel og tilfredshed. Veganske måltider og grønne måltider generelt i og omkring Aarhus har ikke oplevet den store vækst, hvilket er grobund for analyse af de regionale forskelle på den grønne mad, samt behov for rene veganske måltider.



Udvikling i madspild

Når innovation skaber nye udfordringer



Vi analyserer kontinuerligt vores produktionsspild på Vandtårnsvej, hvor både frokostdivisionen og søsterselskabet ConviFood producerer hver dag. I år har tingene ændret sig markant af to årsager. Vi har strammet op på affaldssorteringsprocesserne i opvasken, så madaffaldet primært ender i Biotransanlægget. Madspildet i frokostforretningen ligger stabilt og fokus er på at fastholde de gode rutiner.

Desuden har ConviFood etableret et samarbejde med en virksomhed for år tilbage om at upcycle overskudsbananer til brug i virksomhedens egne produkter. ConviFood modtager bananer i meget store mængder fra en af Danmarks største supermarkeds kæder. Det har haft en stor påvirkning på vores produktionsspild, da ConviFood modtager langt flere bananer end tidligere. Den store mængde indkomne bananer, herunder bananer der er for dårlige til upcycling, og som dermed ender direkte i Biotrans, har en stor betydning på årets resultat. Det er en meget lærerig og tankevækkende innovations case, om hvordan madspild ét sted i kæden, både kan anvendes til upcycling positivt, men som også skaber mere spild et andet sted i kæden.

Et banebrydende projekt

Gartneriet der ikke lykkedes

I sommeren 2023 måtte gartneriet i kælderen på Vandtårnsvej desværre lukke efter 2,5 års drift. Refarmed, som ejede og drev gartneriet gik konkurs efter længere tids udfordringer med høje elpriser og dårlige vækstforhold. På bagsiden af Covid-19 blev elpriserne voldsomt høje, hvilket i den grad belastede driftsomkostningerne i gartneriet. Samtidig påvirkede lokalets oprindelige bygningskonstruktion, ventilation og lys sætning den ikke-afprøvede forretningsmodel. Refarmed kæmpede passioneret med at tilpasse opsætningen, så produktionskapaciteten kunne nå et acceptabelt niveau for både Refarmed og Jespers Torvekøkken. Uden den forarbejdning, som krydderurter og spæde salater ellers kommer igennem, betød det at det grønne fra Refarmed hurtigere mistede farve og sprødhed, hvilket var to af de faktorer, som Refarmed kontinuerligt arbejdede på at forbedre, så Jespers Torvekøkkens kunder fik lækker produkter serveret til frokost, samtidig

med at vi understøttede en spændende forretningsmodel. Sammen med Refarmed arbejdede vi længe på at finde en løsning, så gartneriet kunne fortsætte, men i sidste ende måtte vi erkende, at casen simpelthen ikke hang sammen for nogen af os, samtidig med at kreditorerne ikke længere kunne se en gangbar forretning for Refarmed.

Vi har lært meget af de spændende år sammen med Refarmed, og selvom det ikke lykkedes, er det et projekt, vi er stolte af. Ingen i branchen har før eller siden turde investere i et partnerskab som dette med så stort et gartneri i egne produktionslokaler. Camilla Enge, som var ejer af Refarmed, havde store og spændende visioner om fødevarsystemer og muligheder for mere ansvarlig produktion, og det ambitiøse partnerskab skabte både interesse og læring i lokalmiljøet, for vores kunder, leverandører og os.



Pilotprojekt på CO2e aftryk

Kantine tæt på EAT Lancets anbefalinger

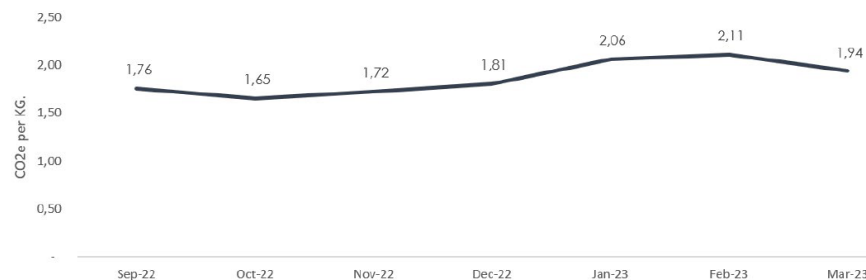
I foråret 2023 fik vi præsenteret resultaterne af et pilotprojekt, der skulle afdække vores CO2e aftryk på indkøbet til en kantine for 8 måneder. Formålet var at identificere, de største udledere af CO2e blandt de indkøbte råvarer, samt at kortlægge fordelingen af udledningerne i relation til EAT Lancets anbefalinger. Da EAT Lancet rapporten udkom i 2019, blev det hurtigt en internationalt anerkendt ramme for et

fremtidigt bæredygtigt fødevaresystem. Ikke overraskende var EAT Lancet meget tydelige på, at vi fremover skal finde vores proteinkilder andre steder, end i kødet.

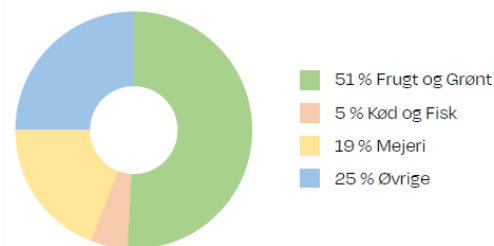
Vores pilot i den udvalgte kantine, viste en flot fordeling på indkøbet, og at teamet er tæt på at servere den en menu, som matcher EAT Lancets videnskabelige mål på de specifikke

fødevaregrupper. Pilotprojektet var en spændende proces, og bekræftede vores teser om at nogle kantiner i dag er tæt på målet. Det gav desuden konklusioner til forbedringer, som kantine kan arbejde med for at reducere CO2e yderligere og komme endnu tættere på den anbefalede fordeling. Samme analyse laves i kommende regnskabsår, så vi kan sammenligne og se udviklingen.

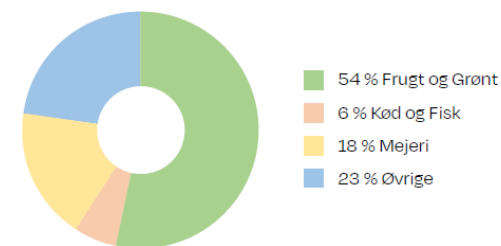
Gns. CO2e udledning pr. indkøbte kg.



Eat Lancet Fordeling



KANTINE Fordeling



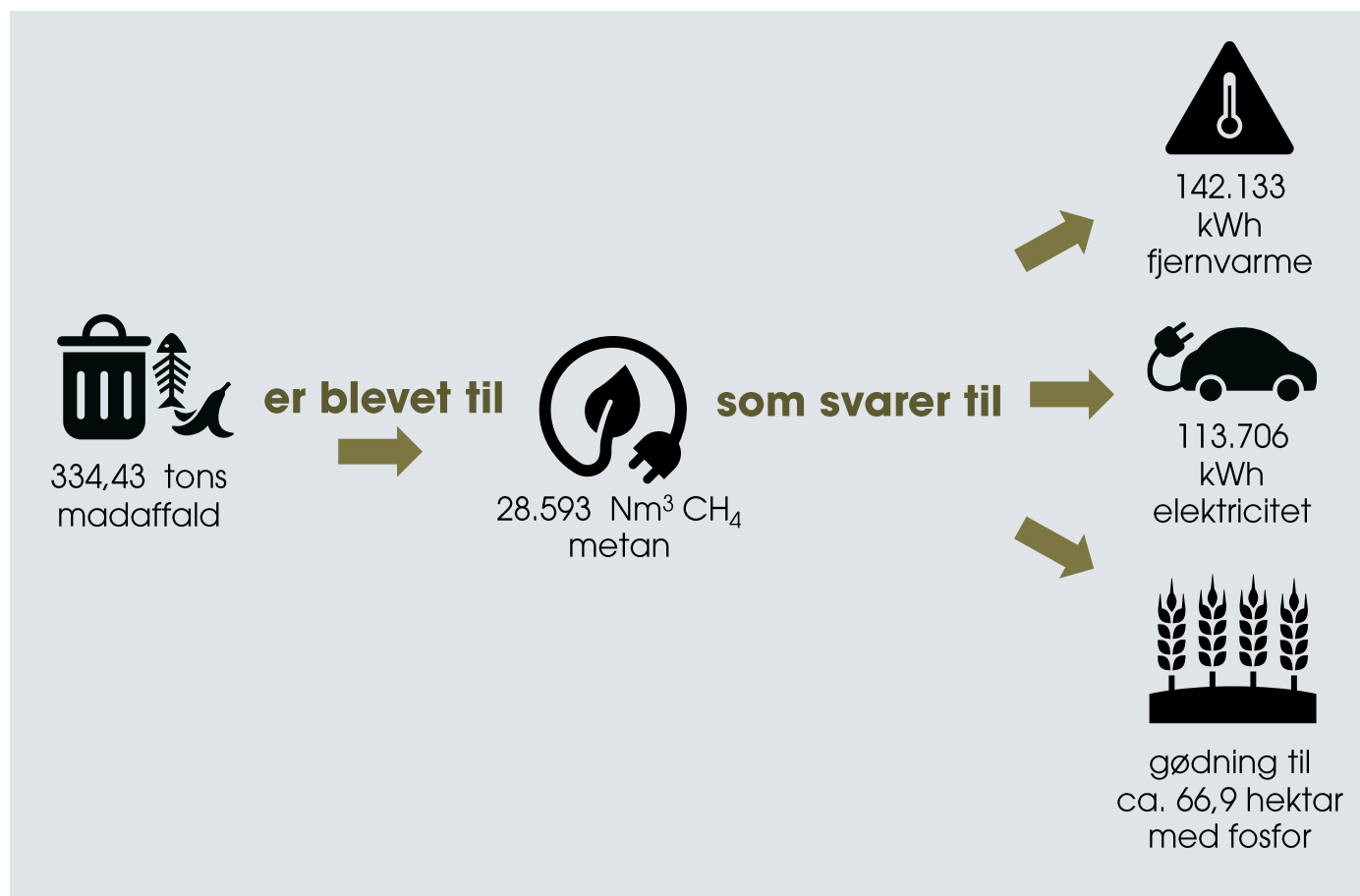
Nyt liv til vores madaffald

Omdannes til varme, el og gødning

I madhuset i Søborg har vi Biotrans installeret i opvasken, som blev installeret i 2018. Biotrans var den bedste løsning i vores storproduktion, der samtidig kan påvise genanvendelse af vores madaffald. I regnskabsåret 22/23 afhentede Biotrans 334,43 tons madaffald på Vandtårnsvej og producerede deraf metan, elektricitet, fjernvarme og gødning, i mængder redegjort i figuren til højre.

Derudover har vi ifølge Biotrans haft en CO₂ reduktion på ca. 50,1 tons CO₂ uden at medtage reduktion på transport, som også er mindsket med systemet fra Biotrans.

Beregningerne, oplyste mængder og opgørelsesmetoder ejes og foretages af Biotrans Nordic.



De første 100% grønne kantiner

Nye koncepter til en ny tid

I dette år har vi nået en milepæl, og introduceret to helt grønne og plantebaserede kantiner hos to af vores kunder. På to uddannelsesinstitutioner i hver sin ende af landet, har nye udbud gjort det muligt at teste nye grønne koncepter af. Vi oplever et større ønske fra ordregivere om veganske tilbud til gæsterne og i år tog vi skridtet og indførte to lokationer, helt uden kød. Det har givet reaktioner, både positive og negative, og der er ingen tvivl om at ordregiveres visioner nogle gange er et par skridt foran brugernes ønsker, vaner og behov. Vi er dog helt sikre på, at der skal venlige skub til for at vi for alvor får flyttet den grønne agenda. Vi ved fra vores klimaregnskab, at den absolut største udleder af CO₂e, er vores indkøb af kød, særligt okse og lam. Og derfor anser vi det også for nødvendigt at teste brugernes modtagelse af helt grønne koncepter. Særligt de unge studerende har brug for proteinholdige og mættende måltider og har i perioder reageret

stærkt over for de veganske koncepter. Det er vores vigtigste opgave at tilberede velsmagende grønne måltider, der mætter både øjne og mave, og ikke mindst at formidle til gæsterne, at måltiderne stadig indeholder den mængde protein, som de leder efter i et frokostmåltid.

Vi tror på at der kommer flere grønne kantiner til over tid, og arbejder fortsat målrettet på at udvikle grønne koncepter. Men vi er også meget bevidste om at ting tager tid, og at det er en fin balancegang at skubbe venligt på vores kunder, gæster og kokke, samtidig med at vi fastholder den høje tilfredshed. Dialog, uddannelse, formidling og forventningsafstemning er essentielle redskaber, og vi er spændt på at se, hvad det kommende år bringer af ønsker fra potentielle og eksisterende kunder.



Reduktion af madspild

Indsigt i salatbarens store spildprocent

Salatbaren med enkelte komponenter har historisk set altid været en del af en klassisk frokostordning. Traditionelt har alle frokostleverandører tilbudt en salatbar sammen med de lune retter, blandede salater og pålægsfade, og det på trods af at vores logik fortæller os, at et enkelt person ikke kan spise så meget mad. Siden 2018 har vi lejlighedsvis målt madspildet hos vores frokostkunder, både for at se hvad de spiser meget af, men også for at reducere de retter på buffeten, som de ikke spiser så meget af. I efteråret 22 målte vi igen, og endnu en gang kunne vi konstatere at en stor del af vores kunder ikke spiser særlig meget af salatbaren. Faktisk viste vores tal, at kunderne i gennemsnit levnede 70% af den salatbar, vi leverede til dem. PMO og B&U igangsatte et omfattende projekt, som skulle reducere madspildet gennem justeringer i vores produktionsplanlægning, samt ændre faddefineringer og sortiment i salatbaren.

Projektet fortsætter ind i det nye regnskabsår, men allerede inden projektets afslutning kan teamet konkludere, at man er tæt på at nå projektets mål, nemlig at reducere salatbaren med 60%, og at sende 506 kg. Mindre salatbar ud af døren.

Endelige konklusioner fremlægges efter uge 36, hvor projektet afsluttes. Næste skridt er at foretage samme analyser for pålægsfadene og de blandede salater.

Kvantitative data indsamles gennem FoodOp og suppleres med kvalitative data fra de involverede kunder. Endeligt inddrages både køkkenpersonale, salgsafdelingen, samt kundeservice og IT i projektet, for at sikre at justeringerne sker korrekt, og kan gennemføres både i køkkenet, i IT systemet og samtidig fastholde tilfredsheden hos kunderne gennem dialog og efterfølgende tilpasninger, hvis de nye beregninger ikke matcher kundernes behov



CO2e aftryk på beklædning FY 22/23

Baseline for Jespers Torvekøkken

Det tilsendte CO2e-tal viser udledningen forbundet med produktion og distribution for jeres leverede mængder. Udregningen er baseret på gennemsnitstal for afdelingens 2022 forbrug pr. leveret kg.

Der er anvendt emissionsfaktorer fra ADEME samt Energinet. For uddybende forklaring, tag venligst fat i vores CSR-afdeling på dk-csr@elis.com



Leveres fra

- 175 Taastrup
- 250 Ishøj
- 575 Løgumgårde
- 700 Karup
- 750 Århus
- 754 Svendborg
- 825 Ålborg



Leveres til

- 475214 Jespers Torvekøkken - FRO...
- 477377 Jespers Torvekøkken Kanti...
- 477382 Jespers Torvekøkken - CPH...
- 477384 Jespers Torvekøkken - Lan...
- 477389 Jespers Torvekøkken - Haa...
- 477390 Jespers Torvekøkken - CPH...
- 477393 Jespers Torvekøkken - HTH...
- 477394 Jespers Torvekøkken - Ama...
- 477395 Jespers Torvekøkken - Ama...

Leverede kg

55.463



Øvrige miljødata

Vaskemidler i kg

995,8



Vandforbrug i liter

519.586



CO2 aftryk

CO2 forbrug (kg), produktion

14.103



CO2 forbrug (kg), distribution

4.324



=

Samlet CO2 forbrug (kg)

18.428



Kg CO2/Leveret kg

0,332



**"Vi tager ansvar for at
udvikle det samfund
vi er en del af."**

Pagten med vores leverandører

fordrer ansvarlighed og initiativ

Det sidste område i vores strategi handler om samfundet, særligt det danske samfund vi er en del af, og hvordan vi kan bidrage i de lokale miljøer, hvor vi driver kantiner, frokosthuse og venues hver eneste dag.

Vi vil udvikle de lokalsamfund vi er en del af, gennem indkøb, partnerskaber og videndeling. Alle vores lokationer skal have adgang, og forpligte sig til at købe danske råvarer, når det er muligt og de er i sæson. Alle medarbejdere i Jespers Torvekøkken arbejder på samme vilkår, uanset hvor i landet eller i hvilket forretningsområde de befinder sig i.

Sammen med vores leverandører støtter vi udviklingen i værdikæderne og udfordrer leverandører på nye løsninger og initiativer, der bidrager positivt til en bæredygtig fremtid.

Vi stiller krav til leverandører om at de tager ansvar og vores CoC kræver at leverandører til Jespers Torvekøkken lever op til FN's Global Compact og ILO konventionen.

Vi vil udnytte vores markedsposition til at understøtte ambitiøse små og store leverandører, og har sat konkrete mål for hvor stor en andel af vores indkøb der ligger hos de leverandører der kan dokumentere deres positive påvirkning på miljø og samfund.

Vi vil bruge vores forretningsmæssige størrelse til at understøtte start-ups, mindre virksomheder og leverandører, evt. B-Corps, som kan præsentere produkter eller løsninger, der bidrager ud over det sædvanlige, og som påviser helt særlig ansvarstagen. Som frontløber på bæredygtighed anskaffer vi os viden og ekspertise, som vi vil dele åbent og troværdigt i vores partnerskaber med det formål at bidrage til andres positive udvikling, både leverandører og lokalsamfund.

Mål for 2025

40% danske råvarer

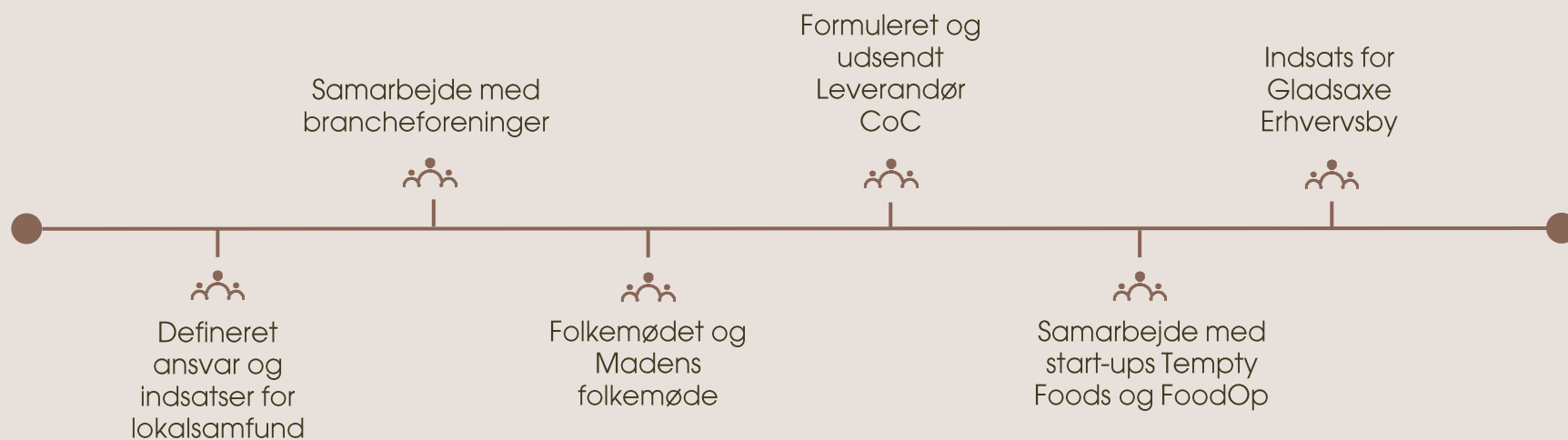
80% af vores leverandører dokumenterer udviklingsaktiviteter der understøtter en positiv påvirkning på miljø og samfund

10% af indkøb ligger hos B-Corps eller andre leverandører med dokumenteret positiv påvirkning.

Alle leverandører har bekræftet vores Code of Conduct og forpligter sig til efterleve vores krav om ansvarlig adfærd.

Udpluk af årets aktiviteter

For Samfundet



Bidrag til samfundet

Holdninger, støtte og aktiv indsats

Ansvar for lokalsamfundet

Vores ansvar over samfundet og især de lokalmiljøer, hvor vi driver vores virksomhed, er blevet tydeliggjort gennem opfyldelse af B Corp kravene og formulering af den nye bæredygtighedsstrategi. I årets løb er vi blevet langt mere bevidste om hvordan vi bidrager til samfundet gennem indkøb, videndeling og partnerskaber.

En stemme i samfundet

Arbejdet med bæredygtighed kræver samtaler, information, videndeling og ærlighed. I det forgangne år har vi endnu en gang brugt mange ressourcer på at deltage i debatter, møder, og – for branchen – utraditionelle sammenhænge, med det formål at skabe opmærksomhed om alle de dilemmaer, der ligger i bæredygtighed. På Madens Folkemøde og Folkemødet på Bornholm deltog vi således i debatter om madspild, plantebaseret mad og dyrevelfærd og ikke mindst hvordan vi både skubber krav frem og tilbage i værdikæden, men også den svære

balancekunst mellem glade kunder og behovet for vaneændring i vores madforbrug.

Som formand for Gladsaxe Erhvervsby bruger vores CEO Ronny Saul mange kræfter på at løfte bæredygtighedsagendaen i Gladsaxe kommune. Erhvervsbyen arbejder fokuseret på grøn omstilling, cirkulær økonomi, iværksætteri, samarbejdet mellem virksomheder og at skubbe politikere til at tage kvalificerede beslutninger. I DI og 3F er vi aktive partnere, og har desuden været med til at starte brancheforeningen for frokostbranchen under DRC, hvor vi også har sat ESG på agendaen.

Støtte til start-ups

Start-up'en Tempty Foods har været knyttet til Jespers Torvekøkken siden deres spæde start på DTU. Tempty Foods producerer et alternativ til tofu, og er estimeret til at producere et CO₂e aftryk der er 34 gange mindre end hakket oksekød. I april 23 modtog Tempty Foods prisen for "start-up of the year" og har oplevet stor succes med deres produkt. Vi har stillet

testfaciliteter til rådighed, købt produktet, givet testimonials og deres produkt produceres af vores søstervirksomhed ConviFood.

Start-up'en FoodOp er født ud af en forretningside i Jespers Torvekøkken om at reducere madspild gennem strukturerede kundedata. FoodOp har været en selvstændig virksomhed siden 2021 og de er fortsat en tæt partner i vores ambitioner om at reducere madspild og menuplanlægge klogere, så vi kan reducere CO₂e aftryk og kun producere det, som kunderne faktisk spiser. I årets løb har FoodOp spillet en afgørende rolle i EU projektet FoodRuS og vi ser en stigende interesse blandt nye og eksisterende kunder i at anvende værktøjet. Partnerskabet med FoodOp er vigtigt for os, og vi støtter virksomheden med viden om vores kunder, potentielle nye kunder og som test partner i udviklingsprocesser.

Påkrævet ansvarstagen samarbejdet med vores leverandører

Årets arbejde med B Corp, interessant analyse og risikovurdering har tydeliggjort det ansvar Jespers Torvekøkken skal tage for den værdikæde vi er en del af. Og det gælder i høj grad vores samarbejde med leverandører. Både i udvælgelses processen, men lige så vigtigt, i det kontinuerlige partnerskab og udvikling. Vi har altid været bevidste om at vi ikke kan skabe et positivt aftryk alene, vi skal tage et fælles ansvar. Derfor har vi opdateret vores samarbejdsaftaler med vores leverandører, og krævet at de underskriver vores Code of Conduct. Denne indeholder Jesper Torvekøkkens strategi og fokus, samt leverandørernes forpligtelser over for menneskerettigheder, arbejdstager rettigheder, klima, miljø og kontinuerlig udvikling. Vores Code of Conduct lever op til FN's Global Compact og ILO konventionen.

For at sikre de gode partnerskaber med leverandører og den kontinuerlige udvikling på fælles bæredygtighedsmål, har vi desuden indført årlige leverandørmøder, hvor agendaen indeholder at leverandørerne skal dokumentere og redegøre for deres fremgang på bæredygtighedsmål som CO2e reduktion og madspilsreduktion.

En del af partnerskabet er også at vi gerne hjælper vores leverandører på vej og deler viden, erfaring og muligheder, så vi sammen udvikler os til at blive bedre.

Det er ikke en holdbar løsning, blot at udskifte de leverandører, som ikke nødvendigvis er kommet så langt med deres bæredygtighedsarbejde. Det vigtigste for os, er at de har viljen til at skabe positive forandringer og ikke mindst at de kan dokumentere deres positive udvikling over tid.

 JESPERS TORVEKØKKEN	
Leverandør navn _____	
Code of Conduct - leverandør	
Hos Jespers Torvekøkken og Convifood mener vi, at vi har et særligt ansvar for den grønne omstilling. Vi er ambitiøse og arbejder hårdt for at skabe det bedste økosystem i branchen.	
Vores kodeks er et udtryk for vores værdier. Vores værdier forpligter os til at handle med et maksimalt etisk fokus og til at drive forretning på en ansvarlig og bæredygtig måde.	
Jespers Torvekøkken og Convifood understøtter FN's verdensmål for bæredygtig udvikling, og vi tager et socialt og miljømæssigt ansvar for egen forretning.	
Et nøgleinitiativ i vores arbejde med social bæredygtighed er uddannelse og opkvalificering af vores personale. Al køkkenfagligt personale har overenskomst, arbejder under trygge forhold og vores initiativer lever op til Servicenormen. Vi har en arbejdsmiljøpolitik der sikrer gode arbejdsforhold for alle ansatte. Vi stiller krav til, at vores samarbejdspartnere har samme værdier og arbejder bevidst og metodisk for at opnå en sikker og sund arbejdsplads.	
I skal kunne fremsende en serviceattest, som er max 6 måneder gammel, indhentet fra Erhvervsstyrelsen, som viser, at man ikke er straffet eller har en straffesag kørende. At alle betalingsbetingelser til alle offentlige instanser overholdes og man ikke er under konkurs.	
Menneskerettigheder I skal respektere og støtte op om de grundlæggende menneskerettigheder, som lever op til FN's menneskerettighedserklæring, Den Europæiske Menneskerettighedskonvention, FN's Global Compact samt ILO-konventionen.	
Det skal sikres, at jeres virksomhed ikke er involveret i misbrug/krænkelser af menneskerettighederne.	
Arbejdstagerrettigheder I skal støtte udryddelse af alle former for tvangsarbejde. I skal arbejde aktivt for at eliminere diskrimination i ansættelsen herunder race, alder, religion, nationalitet og politiske holdninger.	
Alle jeres medarbejdere har gyldig opholds- og arbejdstilladelse.	
Jespers Torvekøkken ApS • Vindårsvej 75 • 2650 Søborg • CVR: 24997189 torvekoekken@torvekoekken.dk • 70 22 82 12 • www.torvekoekken.dk	
Underskrift af dato _____	Underskrift af dato _____

Jespers Torvekøkken ApS • Vindårsvej 75 • 2650 Søborg • CVR: 24997189
torvekoekken@torvekoekken.dk • 70 22 82 12 • www.torvekoekken.dk

Året der kommer

Forventninger og ønsker

Det er en klar forventning at vi i det kommende regnskabsår, kommer til at arbejde målrettet på at udvikle business intelligence og finde værktøjer, der kan understøtte rapporteringen af vores indsatser og mål, og bidrage til at forstå udviklingen i de mange aktiviteter. Vi skal færdiggøre væsentlighedsvurderingen og vil gennemføre en dobbelt væsentlighedsvurdering, så vi er forberedt og bevidst om vores rolle i den kommende EU lovgivning.

Med tilvæksten af nye kolleger har det været vigtigt at igangsætte en bedre struktur og datadisciplin, så vi løbende kan måle vores indsatser og resultater for kolleger. Således har vi i årets løb brugt adskillige ressourcer på at afsøge systemer og værktøjer, der kan hjælpe os i dagligdagen, men som samtidig ikke bliver for stor en byrde kollegerne i dagligdagen.

Data er nødvendig, men også en svær disciplin, og vi forventer at indgå dialoger med særligt

leverandører, om hvordan vi skaffer den korrekte data, så vi i Jespers Torvekøkken kan følge vores indkøb og mål på råvarer, CO2e, oprindelsesland, transportform og meget mere. Vi har høje ambitioner, men ved at det tager tid. Det vigtigste er, at vi er åbne og transparente omkring data behov og eventuelle mangler.

Tak for et godt år til både kolleger, kunder og samarbejdspartnere. Vi har oplevet en oprigtig interesse blandt så mange for at gøre en betydelig indsats for vores verden, og det gør os fortrøstningsfulde og fyldt med positive forventninger til det kommende år. Vi forventer at agendaen kun kommer til at fylde mere i vores samtaler og adfærd, og vi føler os godt rustet til at belyse, tale om og investere i nye muligheder, dilemmaer og løsninger for vores branche, så vi sammen kan gøre det endnu bedre.

Lad os tage det næste skridt sammen, og lad det være et stort skridt i den rigtige retning.

