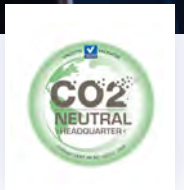


Corporate responsibility report 2020



Samenvatting

Voorwoord door Michel Croisé	4	Diensten voor Gezondheidszorg	34
Een geïntegreerd aanbod, drie activiteiten	6	Diensten aan ouderenzorg	36
On-site Services	7	Welzijn op het werk en behoud van talent	38
Inleiding - On-Site Services	8	Veiligheid en preventie	40
Kerncijfers	9	Talentbeheer	44
Belangrijke verwezenlijkingen in 2019-2020	11	Diversiteit en inclusie	46
Belangrijkste ambities en projecten voor 2020 - 2022	12	Inzet van werknemers	52
Onze visie, onze missie, onze waarden	13	Lokale gemeenschappen	53
Materialiteitsmatrix	15	Stop Hunger	55
Maatschappelijk verantwoord ondernemen verankerd in onze strategie	17	Socio-professionele integratie	57
Klanten en consumenten	19	Inclusieprogramma	59
Diensten aan scholen	21	Milieu	62
Diensten aan universiteiten	25	Pijler #1 : De strijd tegen voedselverspilling	64
Diensten voor ondernemingen	28	Pijler #2 : En voedingspatroon op basis van plantaardige eiwitten stimuleren	65
Diensten aan Overheden en Administraties	31	Pijler #3 : Het aanmoedigen van innovatieve energie-oplossingen	67
		Pijler #4 : Hechtere samenwerking met lokale kmo's en verantwoord inkopen	68
		Pijler #5 : Voorrang geven aan de circulaire economie en zero plastics	70
		De COVID-19-pandemie onthult de gevolgen van de klimaatcrisis en het verminderde biodiversiteit	71

Goed bestuur	72	Onze voornaamste activiteiten in België	87
Goed bestuur en matière d'éthique et de conformité	74	Voorwoord van Gregory Renders	89
Ons integriteitsprogramma	76	Klanten & consumenten	94
Het beschermen van persoonlijke gegevens	77	Welzijn op het werk & behouden van talent	100
 		Lokale gemeenschappen	109
Benefits & Rewards Services	78	Milieu	116
Kerncijfers	79	Bestuur	122
Onze 200 medewerkers in enkele cijfers	80	 	
Onze grootste verwezenlijkingen in 2019-2020	81	GRI-concordantietabel	126
Voorwoord van Jérôme Lemouchoux	82	Over dit rapport	130
Visie-missie	84		
De inclusie van belanghebbenden	85		
Materialiteitsmatrix van de activiteiten van Sodexo Benefits & Rewards Services in België	86		

Voorwoord door Michel Croisé



Op het moment dat ik deze woorden schrijf, worden we geconfronteerd met een één van de grootste crisissen van de afgelopen 100 jaar. De COVID-19-pandemie dwingt ons om onze prioriteiten en modellen grondig te herbekijken. Deze uitdaging beperkt zich niet tot de gezondheidszorg alleen. Ze vormt als het ware “een algemene repetitie, een crash test voor onze samenleving”*. Voor veel klimatologen is dit een voorproefje wat ons te wachten staat bij “de verwachte evolutie van de opwarming van de aarde in de komende decennia”.

Als we niets doen, zullen de gevolgen daarvan de ongelijkheden, de verdeeldheid en de sociale en ecologische uitdagingen verergeren. Het is daarom de hoogste tijd om onze positieve bijdrage te versnellen. Het is de verantwoordelijkheid van ondernemingen om het goede voorbeeld te geven. Het is de verantwoordelijkheid van Sodexo om een voorbeeld te stellen! Het is deze economische, sociale, maatschappelijke en milieubijdrage die u in dit verslag vindt.

Sinds een tiental jaar hebben we onze verplichtingen op het gebied van gezondheid, milieu, klimaat en levenskwaliteit versterkt. Vandaag werken we twee keer zo hard om nog verder te gaan, zonder tijd te verspillen. De tijd dringt! Onze acties moeten nog duurzamer worden, we moeten nog meer sociaal worden. Het gaat niet meer om het behoud van het milieu, we moeten ons milieu redden! We moeten stoppen met plastic voor eenmalig gebruik, we moeten werken en koolstofneutrale wereld. We moeten het hoofd bieden klimaatuitdagingen en biodiversiteitsverlies, en hiervoor heeft Sodexo België een ambitieus “Carbon Strategy” plan. Wij gaan onze **ecologische voetafdruk met 50% verminderen tegen 2025 en 70% tegen 2030. De resterende emissies compenseren we zodat we onze officieel erkende koolstofneutraliteit (sinds 2018) behouden blijft.** Dit is onze bijdrage aan de Europese Green Deal, die van Europa het eerste klimaatneutrale continent moet maken tegen 2050.

En het behoort ook tot onze opdracht om een meer inclusieve groei te promoten en bewerkstelligen, niet enkel op basis van financiële prestaties. Onze missie om de levenskwaliteit te verbeteren is nog nooit zo relevant geweest. Onze verantwoordelijkheid is enorm, en dit op alle niveaus van de maatschappij.

Laat ons ambitieus zijn en tegelijkertijd nederig blijven. Schouder aan schouder en solidair. In verbinding met de natuur. Met respect voor de grenzen van onze planeet. Laat ons ieders talenten naar waarde schatten, wat de onderlinge verschillen ook zijn. Laat ons elke dag de vraag stellen wat we anders kunnen doen – en dat dan ook doen! Dat is onze sociale verantwoordelijkheid.

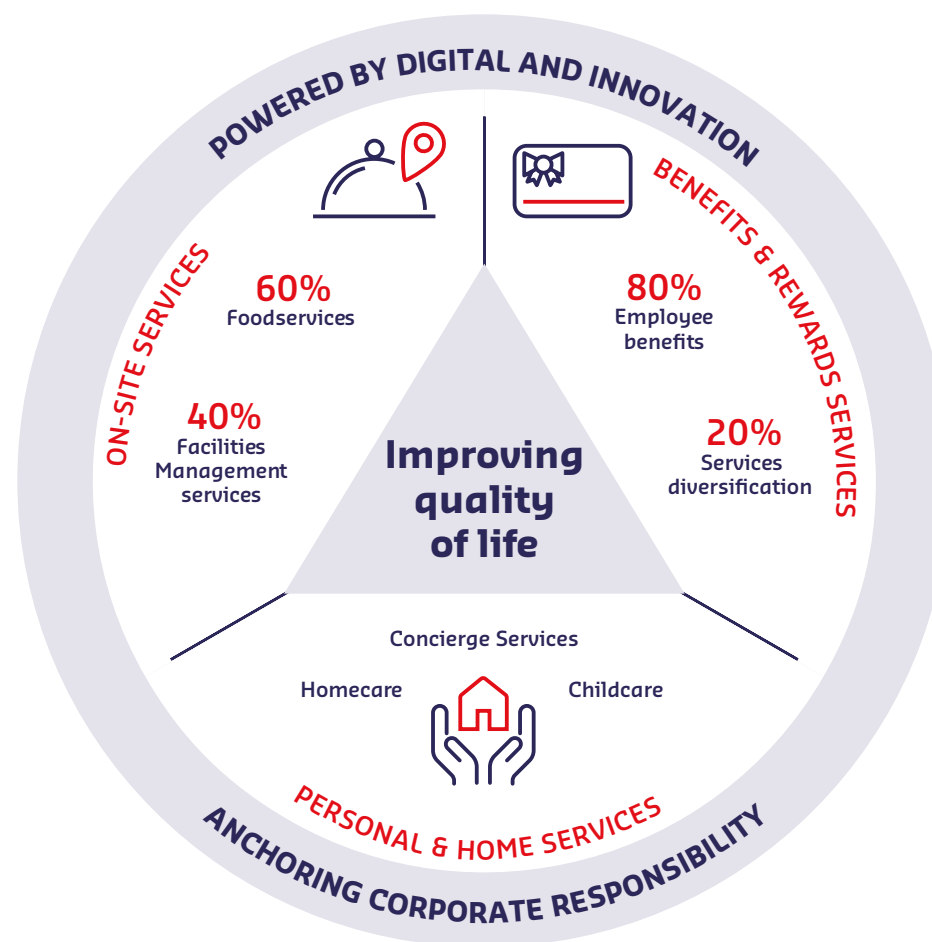
Michel Croisé

President Belgium – Luxemburg

Een geïntegreerd aanbod, drie activiteiten

Waarde creëren door de levenskwaliteit te verbeteren

Sodexo – opgericht in 1966 door Pierre Bellon – is de wereldwijde marktleider in Quality of Life-services. Sodexo is de enige onderneming die een breed aanbod heeft van zowel On-Site Services, als Benefits & Rewards Services en Personal & Home Services. Dankzij deze drie activiteiten kunnen we onze klanten en consumenten een integrale dienstverlening bieden, hun hele leven lang. Onze diensten ondersteunen de activiteiten van onze klanten en de tevredenheid van onze consumenten. Terwijl we op hetzelfde moment de ontwikkeling van onze medewerkers én de economische, sociale en milieudoelstellingen van onze lokale gemeenschappen verbeteren.



On-site Services



On-Site Services

Meer efficiëntie in bedrijven en administraties. Betere zorg voor patiënten in ziekenhuizen. Het bevorderen van ontwikkeling op school. Een warmere ondersteuning van het welzijn en het comfort van onze senioren. Onze diensten verbeteren de levenskwaliteit van 250.000 Belgische klanten en stellen onze klanten in staat om hun prestaties te verbeteren, elke dag opnieuw.

Cateringdiensten, ontwerp van werkplekken, het steriliseren van medisch materieel, onthaal- en onderhoudsdiensten... Onze gepersonaliseerde, innovatieve oplossingen worden afgestemd op de noden van elke klant. We organiseren ze in tal van sectoren:

- Scholen
- Universiteiten
- Overheden en administraties
- Gezondheidszorg
- Ouderenzorg
- Ondernemingen



Kerncijfers

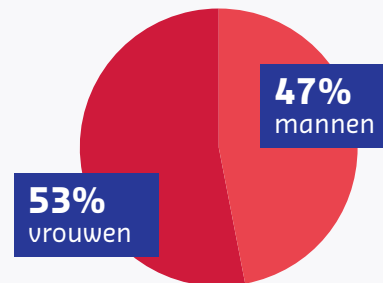


3.296

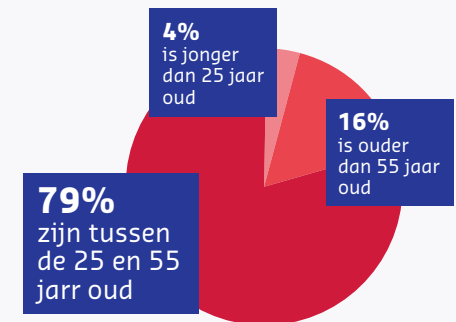
Aantal medewerkers

op 31/8/2020

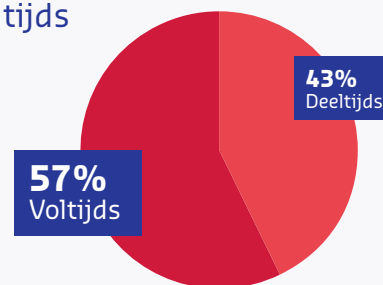
Man/vrouw
-ratio



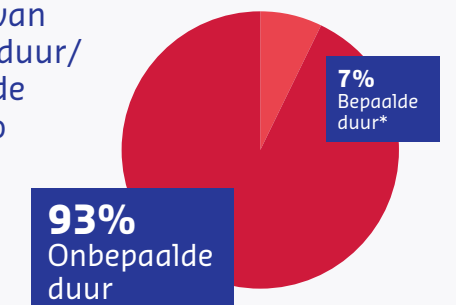
Volgens
leeftijd



Voltijds/deeltijds
-ratio



Contract van
bepaalde duur/
onbepaalde
duur-ratio



Kerncijfers



521

sites

op 31/8/2020



75 sites

Universiteiten en
Scholen



158 sites

Ouderenzorg



53 sites

Gezondheidszorg



235 sites

Bedrijven, Overheden
en Administraties

Belangrijke verwezenlijkingen in 2019-2020

- ✓ Opening van het eerste ZERO Plastic-restaurant in België.

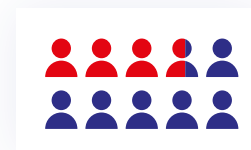


- ✓ Hernieuwing van het CO2-neutraal label en uitbreiding naar onze Benefits & Rewards -activiteiten.



- ✓ Sodexo is pionier in dierenwelzijn:
Naar aanleiding van onze 7 engagements uit 2007, banden we het gebruik van ganzenlever en exotisch vlees (kangoeroe, bizon, struisvogel, ...) uit onze restaurants.

- ✓ 36% van de kader- en directieleden zijn vrouwen.



ISO 5001 certificering behalen

Eerste Facility Management-dienstverlener die het ISO 5001-certificaat behaalt voor energiemangement.



Belangrijkste ambities en projecten voor 2020 - 2022

- ✓ Verhogen van het voedselaandeel van Belgisch origine van 50% tot 70% tegen 2022.

En de ontwikkeling van voedselketens met lokale boeren, tuinders en coöperatieven.

- ✓ Aanbieden van een wekelijks vegetarisch alternatief in elk van onze restaurants in 2020, met een dagelijkse vegetarische maaltijd vanaf 2021.

- ✓ Terugdringen van voedselverspilling met 50% tegen 2022, door middel van de inzet van innovatieve digitale technologie

Waste Watch, op 190 sites in 2020 en de rest van onze sites in de daarop volgende jaren.

- ✓ Volledige afschaffing van plastics voor éénmalig gebruik.



Onze visie, onze missie, onze waarden

Onze missie blijft ongewijzigd sinds onze oprichting in 1966: het duurzaam verbeteren van de levenskwaliteit van al onze klanten, onze medewerkers en partners. De energie en het professionalisme van onze 3.296 Belgische werknemers draagt bij tot unieke momenten in het dagelijkse leven, op het werk én daarbuiten. Samen zorgen we ervoor dat we een positieve impact hebben op de gezondheid en het welzijn van iedereen. Maar ook op onze buurten, onze steden en onze planeet.

Vandaag gaat Sodexo een nieuwe fase van duurzame uitbreiding in. Om aan de wensen van onze klanten, consumenten, medewerkers en stakeholders te voldoen, kiezen we bewust voor winstgevende interne groei. De kracht van dit model is mooi zichtbaar in de fundamenten van ons bedrijf: onze waarden en ethische principes.

Onze waarden

- Team Spirit
- Zin voor dienstverlening
- Zin voor vooruitgang

Onze ethische principes

- Trouw
- Respect voor personen en gelijkheid van kansen
- Transparantie
- Weigeren van corruptie of oneerlijke concurrentie





Klant en consument centraal

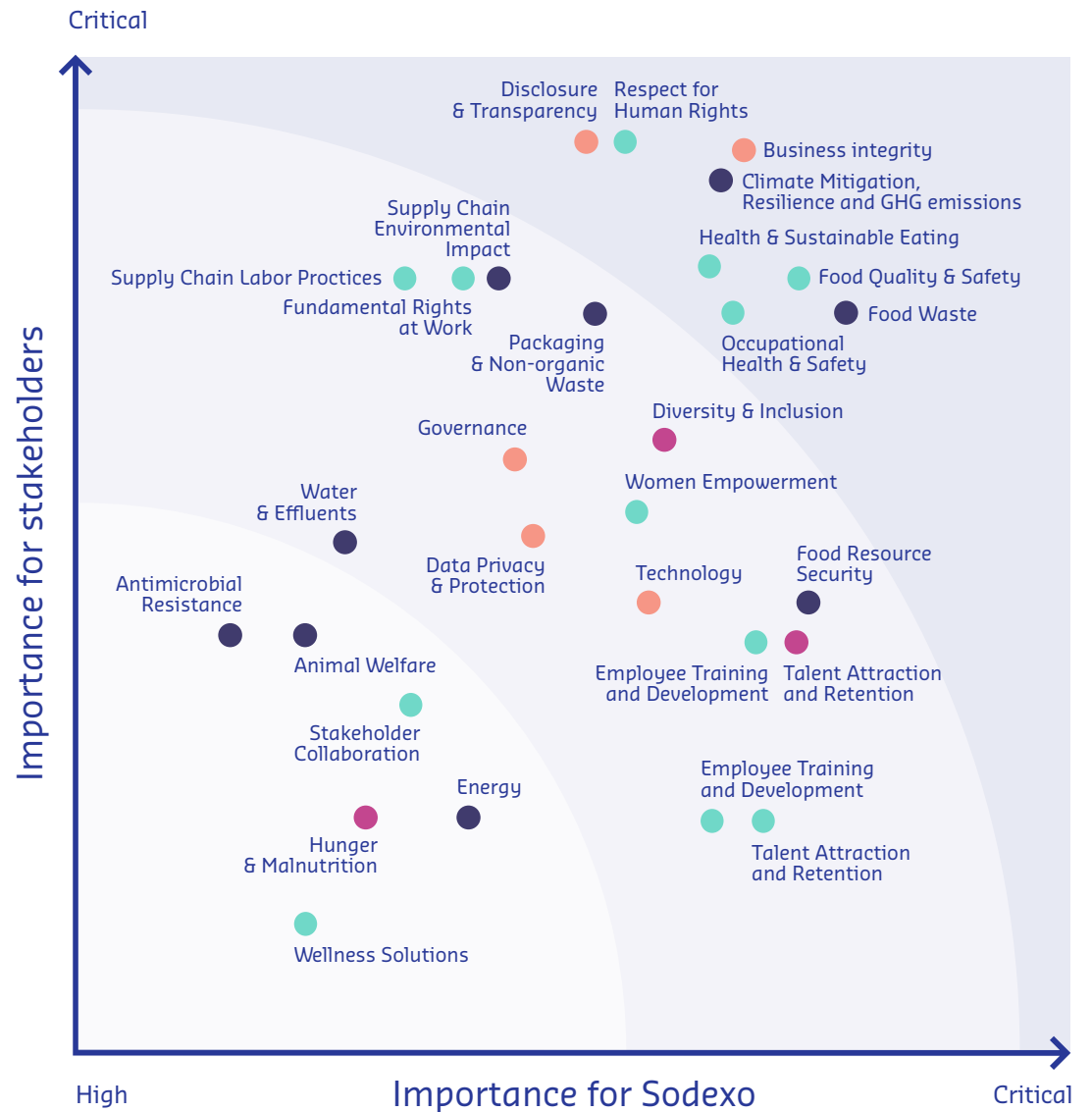
Precies weten wat onze klanten en consumenten willen, is cruciaal om Quality of Life-diensten uit te bouwen. Daarom ontwikkelden we een aanpak die opgebouwd is rond marksegmenten gericht op de eindconsument. Dat helpt ons om de verwachtingen van onze consumenten – die sterk kunnen variëren – in te lossen.

De ontwikkeling van onze medewerkers

Sodexo is één van de grootste Belgische werkgevers. Een bedrijf van mensen, voor mensen. Onze medewerkers zijn het kloppende hart van onze onderneming. We blijven groeien en dat is het resultaat van de inzet en het professionalisme van al onze teams. We moeten dan ook de bijdrage die al onze mensen leveren aan het succes van ons bedrijf, voluit erkennen. Daarom engageren we ons om onze medewerkers kansen te geven, via opleidingen en interne groeimogelijkheden, zodat ze kunnen blijven evolueren en bloeien binnen onze onderneming.

Materialiteitsmatrix

- Individuals
- Environment / Health
- Fundamentals
- Communities



We identificeren en rangschikken maatschappelijke uitdagingen en hun impact. Zo stellen we scherp op onze prioriteiten en ons plan van aanpak rond verantwoorde bedrijfsvoering. Dat deden we met de hulp van Business for Social Responsibility (een wereldwijde actieve vereniging zonder winst oogmerk), interne en externe partners vanuit de private sector, de publieke sector, de financiële sector, de academische wereld en verschillende ngo's.

Uit deze intensieve samenwerking vloeide onze materialiteitsmatrix voort. Die is opgesteld in **overeenstemming met de Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties** en zoomt in op negen engagementen en heldere doelstellingen. Aan de hand daarvan, rollen we ons plan Better Tomorrow 2025 uit. De matrix en het plan tonen ons de vooruitgang die we boeken op de belangrijkste doelstellingen van onze bedrijfsstrategie.

Onze 9 verbintenissen voor 2025

	 ONZE IMPACT OP INDIVIDUËN	 ONZE IMPACT OP GEMEENSCHAPPEN	 ONZE IMPACT OP HET MILIEU
 ONZE TAKEN ALS WERKGEVER	Quality of Life van onze medewerkers verbeteren	Zorgen voor een divers personeelsbestand en een inclusieve cultuur die een weerspiegeling en verrijking zijn van de gemeenschappen waarin we werken	Een milieubewuste cultuur bevorderen onder onze medewerkers
 ONZE TAKEN ALS DIENSTVERLENER	Consumenten aanmoedigen om keuzes te maken voor een gezonde levensstijl	Lokale ontwikkelingen en een eerlijke, inclusieve en duurzame bedrijfsvoering stimuleren	Verantwoord inkopen en diensten aanbieden die de CO2-uitstoot verminderen
 ONZE TAKEN ALS VERANTWOORD ONDERNEMER	Honger en ondervoeding bestrijden	Diversiteit en inclusie stimuleren als katalysator voor maatschappelijke verandering	Gebruik van duurzame bronnen aanmoedigen

Maatschappelijk verantwoord ondernemen verankerd in onze strategie



Healthy People, Healthy Societies, Healthy Planet - Today for tomorrow

De Europese Green Deal wil van Europa het eerste klimaat neutrale continent maken tegen 2050. Dat is een doel dat niet verwezenlijkt kan worden zonder een omslag richting een circulaire economie, die efficiënt omgaat met grondstoffen en een rechtvaardige transitie garandeert waarbij iedereen wint – aldus de EU.

Deze visie delen we bij Sodexo al jarenlang. We werken er bovendien dagelijks aan. We stellen onszelf telkens opnieuw in vraag, we ondernemen actie, om zo steeds verder te gaan. Onze keuze om de veiligheid, gezondheid, welzijn en levenskwaliteit van iedereen te verbeteren, is erop gericht om

gelijkheid te bevorderen, natuurlijke grondstoffen te beschermen en de biodiversiteit te herstellen. Die keuze is vandaag belangrijker dan ooit. En die schuiven we niet aan de kant, ondanks de storm die over de wereld raast onder de vorm van COVID-19 en de economische gevolgen daar van. Integendeel, we schakelen nog een versnelling hoger. Elke uitdaging is een kans die we moeten grijpen. We blijven voluit inzetten op duurzame, verantwoordelijke en rendabele groei.

Onze medewerkers zetten zich in om het dagelijkse leven van 250.000 consumenten zekerder, makkelijker en aangenamer te maken. Daarbij is het cruciaal om goed de individuele verwachtingen en noden van onze klanten te kennen – vandaag én morgen – maar ook de uitdagingen op sociaal en ecologisch vlak. Om onze inspanningen te meten, gaan we aan de slag met een stappenplan rond verantwoord ondernemen: Better Tomorrow 2025. Dat zet onze doelstellingen vast en laat ons toe om onze voortgang te analyseren. Aan de hand van 58 indicatoren volgen we onze acties op en meten we nauwkeurig het resultaat van ons engagement. Dat doen we op een transparante manier.

Daarom beslisten we om dit rapport te structureren volgens de 5 assen van B-Corp, het referentiepunt op vlak van certificatie. Die belichten maatschappelijke, ecologische, beleidsmatige en transparantievoorwaarden. We gebruiken bovendien de Global Reporting Initiative (GRI) rapporteringsmethode om onze voortgang te meten, en toetsen voortdurend af aan de Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de VN.

We zijn alvast benieuwd naar uw mening en suggesties rond onze verwezenlijkingen en projecten. Samen kunnen we onze directe én indirecte positieve impact gevoelig vergroten.

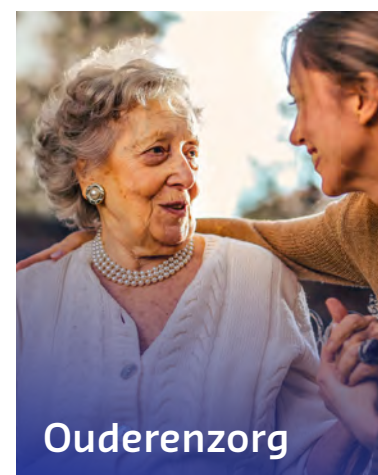
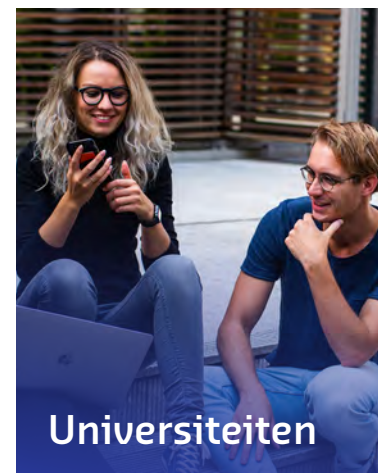
Florence Rossi

Director Corporate Responsibility

Klanten en consumenten

Onze On-Site activiteiten worden in verschillende sectoren georganiseerd.

Ontdek hieronder onze waardenpropositie voor elk van deze sectoren. En lees meer over hoe we concreet een positieve impact hebben op de prestaties van onze klanten.



Diensten aan Scholen

Aanbieden van een educatief kader waarin leerlingen kunnen groeien

Sodexo ondersteunt scholen om de levenskwaliteit van hun leerlingen te verbeteren. Een evenwichtige voeding is dan ook noodzakelijk voor succesvolle studies.

We lanceren innovatieve programma's om scholen te helpen bij het invoeren van goede praktische rond ecologie, het sensibiliseren rond voedselverspilling en het bestrijden van slechte voedingsgewoonten.



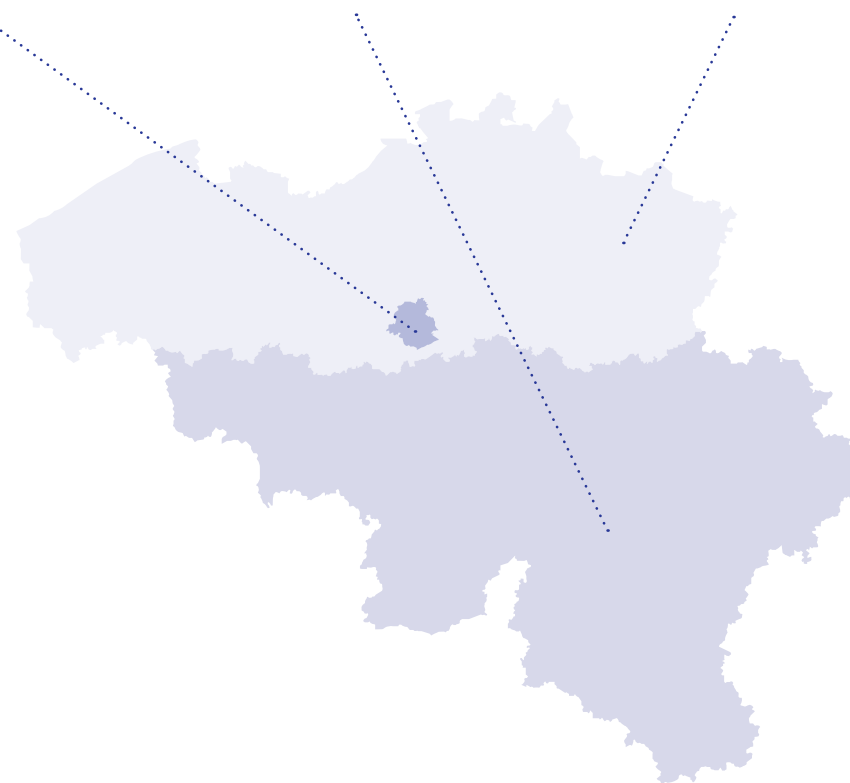


Eetzalen met duurzaamheidslabel

In het kader van onze duurzame strategie levert Sodexo vrijwillig een inspanning om het duurzaamheidsniveau in al onze keukens op te krikken. Daarom verkiezen we lokaal geteelde, seizoensgebonden groenten en fruit, stellen we meerdere bio-producten voor, dringen we de voedselverspilling terug, kiezen we voor evenwichtige maaltijden en verdedigen we het dierenwelzijn.

Om een restaurant te worden dat het label Good Food (Brussel), Good Food School (Vlaanderen) of Green Deal “Label Cantines durables Manger Demain” (Wallonië) mag dragen, ondersteunen onze experts zowel medewerkers als klanten op het terrein. We ontwikkelden een pragmatische aanpak om kantines te helpen om hun engagementen na te komen. 15 van onze restaurants behaalden reeds een duurzaamheidslabel.

Het duurzaamheidsniveau wordt uitgedrukt in het aantal vorken. Sodexo telt er inmiddels al 21.



Activiteiten op scholen, samen met Good Planet

Wat is biologische landbouw? Wat is eerlijke handel? Hoe verklein je jouw ecologische voetafdruk? Hoe eet je lokaal en seizoensgebonden? Hoe evenwichtige maaltijden bereiden zonder afval? Het zijn prangende vragen, die we via animaties rond voeding beantwoorden in de scholen. Deze worden stevast afgesloten met een project door de leerlingen zelf. Zo betrekken we zowel de school als de ouders en de gemeente. Kinderen zijn de toekomst. Ze zijn dragers van verandering en staan open voor een manier van denken die onze gezondheid én onze planeet centraal zet.

Moestuin op school

Sodexo helpt scholen om groentetuinen op te zetten. De voordelen van dit concept zijn talrijk. Met je handen werken is rustgevend. Het ritme van de seizoenen helpt kinderen om zich te organiseren. Ze leren dat sommige groenten snel groeien, en andere traag. En dat elk seizoen z'n eigen types fruit en groenten met zich meebrengt. Zo leren ze ook technieken en kunnen ze op hun beurt andere jongeren motiveren en inspireren.



Diensten aan Universiteiten

De Quality of Life verbeteren op campussen, om studenten te motiveren en op te leiden

Sodexo werkt samen met de universiteiten om de best mogelijke ervaring te bieden aan studenten. Dat doen we via innovatieve, duurzame verbeteringen aan hun fysieke, sociale en academische omgeving.



ULB en Sodexo, 20 jaar wederzijds vertrouwen

De Universit  Libre de Bruxelles is een van de trouwe klanten van Sodexo België. We verwelkomen er dagelijks 3.000 consumenten, in verschillende restaurants en broodjeszaken. Maar dat niet alleen...

Samen met de universiteit denken we continu na over hoe we de catering duurzamer kunnen maken. Maar ook hoe we studenten kunnen aantrekken, onder meer via kortlopende restaurants (Meza (oriëntaalse keuken), Spices (Indische keuken), Taco Jacks (Mexicaanse keuken), ...), themasnacks, een aanbod aan vegetarische

en vegan alternatieven, ... Doorheen het hele jaar worden 19 ingrediënten aangeboden in bio-versie. Daarnaast monitoren we voedselverspilling elke dag en dringen we die terug met 50%. Deze restaurants ontvangen binnenkort het Good Food-label, met 2 vorken voor het zelfbedieningsrestaurant en 3 vorken voor het restaurant van de kinderopvangdienst. Dit label beloont restaurants die bewust kiezen voor duurzaam eten, aan de hand van verschillende ecologische criteria (zie meer details op pagina xx). Hoe beter die criteria worden opgevolgd, hoe meer vorken het restaurant krijgt (van 1 tot 3 vorken).





Nog een groen accent in het verhaal: er werden 3 elektrische fietsen voorzien die broodjes, warme snacks en pasta's rondbrengen op de campus én die maaltijden leveren voor vergaderingen van personeel. Zo gebruiken we een transportmiddel dat bijdraagt aan een positief imago.

Een ander aspect van de samenwerking met de ULB is het sociale luik. Sodexo stelt elk jaar studenten van de universiteit te werk (obers, afwasers...) en zorgt voor hun opleiding. Daarnaast bieden we een financiële en materiële bijdrage aan de sociale winkels van de ULB.

Diensten voor Ondernemingen

Quality of Life op het werk

Onze oplossingen helpen bedrijven om een aantrekkelijke werkomgeving te creëren, hun infrastructuur te optimaliseren en de efficiëntie van hun gebouwen te verbeteren.

Van cateringdiensten tot Facility Management, onze diensten geven een gepast antwoord op uitdagingen rond aantrekkelijkheid, engagement en operationele prestaties van ondernemingen.





Het “Rise with Sodexo”-programma

Rise with Sodexo werd ontwikkeld naar aanleiding van de COVID-19-pandemie, om het hoofd te bieden aan uitdagingen op vlak van gezondheid en operationele bedrijfsvoering. Met behulp van innovatieve diensten stellen we bedrijven in staat om hun activiteiten in alle vertrouwen te hervatten én de veiligheid van hun medewerkers te waarborgen. Op die manier verhogen we het vertrouwen. De diensten omvatten onder meer het afhalen van maaltijden via onze digitale B by Sodexo app (online bestel- en betaaloplossing), schoonmaak met de nadruk op desinfectie, toegangscontrole, contactloos inchecken en werkplekmanagement. Via Rise SAFE by Bureau Veritas bieden we bovendien een extra kwaliteitslabel voor een veilige werkomgeving.



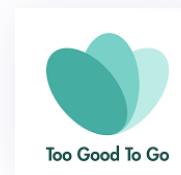


Het Modern Recipe-concept

Sodexo ging de samenwerking aan met tweesterrenchef Bart De Pooter en ontwikkelde Modern Recipe, een concept voor het hoogwaardige bedrijfsrestaurant van de toekomst. Op het menu: gevarieerde, lokaal geteelde en kwaliteitsvolle producten op het ritme van de seizoenen. Het concept kenmerkt zich door een rustgevende akoestiek, mooi servies zonder gebruik van plastics, een minimum aan afval, personeel in uniform dat wordt aangesproken met de voornaam, flexibele betaaloplossingen... Het eerste Modern Recipe-restaurant opende recent de deuren op de site van het farmaceutisch bedrijf UCB in Eigenbrakel.

Too Good To Go @ BNP Paribas Fortis

De strijd tegen voedselverspilling is één van de grootste uitdagingen van onze duurzaamheidsdoelstellingen voor 2022. We mikken op een vermindering van 50%. Daarom werken we samen met Too Good To Go, de app die gebruikers toestaat om onverkochte voeding aan te kopen tegen verminderde prijs. We lanceerden al een pilootproject bij onze klant BNP Paribas Fortis. Op het einde van de middagservice kunnen medewerkers van de bank onverkochte maaltijden uit het restaurant voordelig aankopen. Een positieve aanpak die alleen maar navolging verdient!



Diensten aan Overheden en Administraties

Ten dienste van het maatschappelijk belang

Hoogwaardige diensten aanbieden binnen de aangescherpte budgettaire mogelijkheden: het is een grote bekommernis van onze klanten – van lokale overheden tot het leger, nationale en internationale instellingen en penitentiaire inrichtingen.

Het brede aanbod aan diensten dat zij zoeken, vereist een flexibele, degelijke en betrouwbare aanpak. Of het nu gaat om technisch onderhoud, training, re-integratiebegeleiding of catering – zelfs het managen van complexe logistieke operaties bij vredeshandhavingsoperaties in het buitenland.

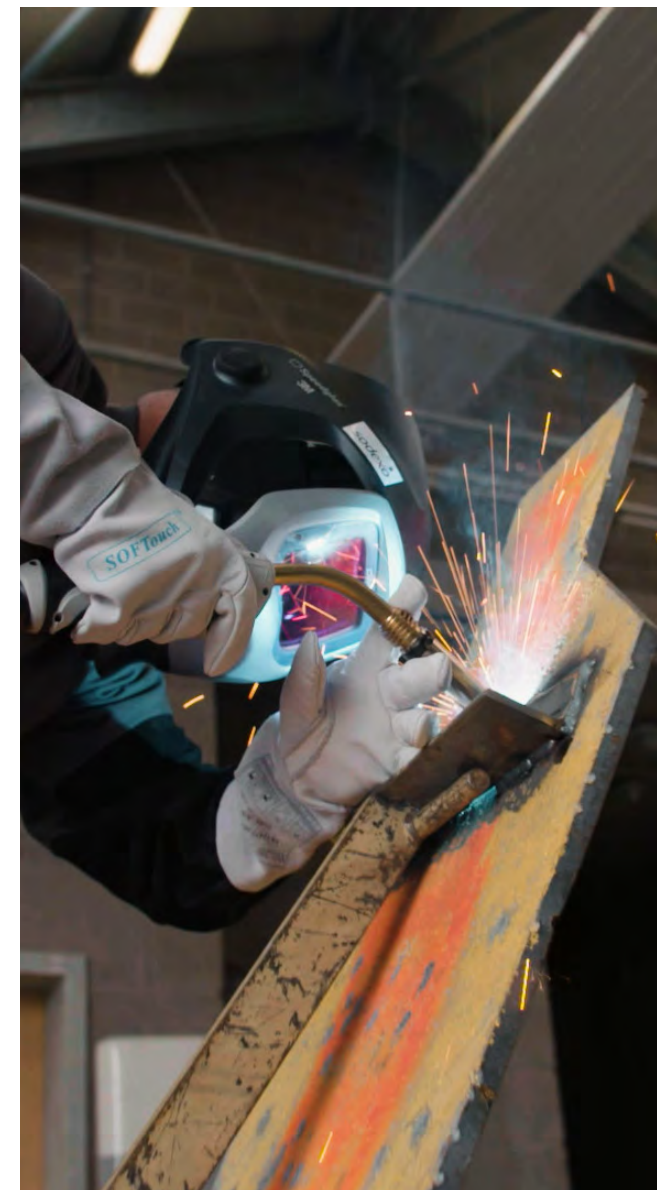


Defensie: militair kamp te Elsenborn, een geïntegreerde aanpak

Het Elsenbornkamp is ons tweede militaire contract, na de Koninklijke Militaire School. Hier staan we in voor een tiental verschillende diensten: catering, Facility Management, technisch onderhoud, energiemangement, schoonmaak, onderhoud van groene ruimtes, winterdiensten, onderhoud van trainingsfaciliteiten, afvalverwerking, brandbeveiliging (met onze allereerste brandweerwagen!) ... Om al deze diensten aan te bieden, rekruteerden we onze medewerkers in de regio.

Bezoekersonthaal in het Europees Parlement

Sinds januari 2020 staat Sodexo in voor het onthaal van bezoekers in het Europees Parlement. Niet alleen voor de parlementaire sessies, maar ook voor de twee musea (het Parlementarium en het Huis van de Europese Geschiedenis) én de twee onthaalpunten (Europastation en Zweig Welcome Point). We werken er met 150 collega's, met 40 verschillende nationaliteiten en in 70 talen. Ze geven heldere informatie, gidsen, verdelen audiogidsen, begeleiden personen met een handicap en beheren groepsreservaties. Een unieke activiteit voor Sodexo!



Europees Parlement: ZERO Plastics -restaurant

Sodexo staat in voor de catering en de cafetaria in het Wilfried Martens-gebouw van het Europees Parlement. Hier ontwikkelden we een uniek concept: Unicity. Dat stelt onder meer internationaliteit, authenticiteit, innovatie, kwaliteit en duurzaamheid centraal. Het restaurant in het Europees Parlement werd ook het derde, volledig plasticvrije restaurant van Sodexo.

We gebruiken herbruikbare verpakkingen, onder meer uit aardappelzetmeel (een wereldprimeur), en zelfs eetbaar bestek en servies. We moedigen actief het gebruik van bulk en recycleerbare materialen aan, zoals papieren sauskommetjes, kartonnen rietjes en dergelijke.

Maskerproductie in de gevangenis van Marche-en-Famenne en in de Forensische Psychiatrische Centra van Gent en Antwerpen

De voorbije maanden maakten de gedetineerden en patiënten van deze voorzieningen maskers voor de Sodexo medewerkers die daar aan de slag zijn. Vandaag gaat de productie door en worden de maskers verkocht ten voordele van Magis3, het maakatelier van het Forensisch Psychiatrisch Centrum in Gent. In de gevangenis van Marche worden dagelijks 1.500 maskers uit 11 gevangenissen gereinigd. Een mooi voorbeeld van samenwerking tussen justitie, de gedetineerden/patiënten en onze teams.



Diensten voor Gezondheidszorg

De kwaliteit van onze zorg hoog houden

Voeding speelt een essentiële rol in het genezingsproces van patiënten tijdens hun ziekenhuisopname. Daarom werken we samen met meer dan 50 Belgische diëtisten en nutritionisten om de levenskwaliteit van patiënten in onze zorginstellingen te verbeteren, door voeding te zien als een onderdeel van integrale gezondheid.

Innovatie, duurzaamheid, afvalmanagement en tevredenheid staan centraal in onze dienstverlening voor ziekenhuizen. Dat wordt mooi geïllustreerd door twee van onze initiatieven in de zorgsector.



Het “À la carte”-programma, een primeur in België

Omdat gezonde voeding de genezing van patiënten ondersteunt, lanceerde Sodexo België het “À la carte” programma. Dat stelt patiënten in staat om tijdens hun opname zelf hun maaltijd, het tijdstip van de maaltijd én met wie ze die nuttigen, te kiezen via een app. Dat is een ware revolutie in ons aanbod voor ziekenhuizen.

Het menu dat voor de patiënt wordt samengesteld, is altijd in lijn met het advies van de nutritionist, het protocol van het behandelende ziekenhuis, het type herstel, de religieuze voorkeur van de patiënt, allergieën... Het is belangrijk dat de maaltijden op maat van zijn of haar voorkeuren ontwikkeld worden.

Het Deltaziekenhuis van de CHIREC-groep is het eerste dat gebruik maakte van “À la carte”. Een studie wijst uit dat patiënten die deze formule gebruiken, meer calorieën innemen dan pa-

tiënten die het standaardmenu ontvangen – en dus hun maaltijden niet zelf kiezen. De tevredenheidscijfers groeien bijgevolg tot meer dan 84%! Het programma heeft dan ook een positieve impact op de strijd tegen ondervoeding bij patiënten. En wat meer is: een patiënt die de “À la carte”-formule kiest, produceert 4 keer minder voedselafval per dag – 141 gram ten opzichte van 572 gram bij een patiënt die het standaardmenu gebruikt.

Voorrang voor de korte keten met Mel’egumes

Voor de ziekenhuizen Ambroise Paré et Chêne aux Haies (Bergen) verkiezen we om producten aan te kopen bij de stedelijke moestuin Mel’egumes, die op hetzelfde moment een sociaal re-integratieproject is. Daar geeft Mélanie, de eigenares, de voorkeur aan permacultuur voor haar 100% natuurlijke groenten. We kopen salade, witlof, komkommers, tomaten en kiwi’s bij haar aan.



Diensten aan Ouderenzorg

Een antwoord op de uitdagingen van een vergrijzende bevolking

Het groeiende aantal senioren met stijgende levensverwachting zorgt voor grote maatschappelijke uitdagingen. Veel van hen blijven langer zelfstandig en dus groeit ook de vraag naar thuiszorg. Op hetzelfde moment zien we dat chronische ziekten bij ouderen een steeds grotere druk leggen op verpleging. Deze veranderingen vragen om adequate oplossingen. Daarom biedt Sodexo een reeks kwaliteitsvolle, geïntegreerde diensten aan die de levenskwaliteit van senioren verbeteren.

De diensten zijn ontwikkeld voor mensen van alle leeftijden, met verschillende gezondheidssituaties, en zijn gericht op hun fysieke, mentale en sociale welzijn. Met deze diensten verlichten we ook de druk op gezinnen, terwijl we de aantrekkelijkheid en de prestaties van zorginstellingen vergroten.



Bewoners van het OCMW Sint-Gillis

Bewoners van het rust- en verzorgingstehuis van Sint-Gillis genieten op dit moment van de diensten die Sodexo biedt. We voorzien hen namelijk van lekkere, gezonde en duurzame lokale voeding. De bewoners speelden een actieve rol bij de keuze voor de leverancier van het biobrood. Sodexo organiseerde proeverijen en een bezoek aan de ateliers van Agribio, zodat ze het beroep van molenaar en bakker konden ontdekken. Voor verse en seizoensgebonden groenten bezochten ze de moestuin van Ferme de Froidmont, waar ze genoten van vers geplukt lekkers en een vege-

tarische maaltijd. Bovendien kunnen ze ook elke maand deelnemen aan een culinaire workshop. Deze acties verbeteren niet alleen de levenskwaliteit van de bewoners, maar leidde ertoe dat het concept 1 vork kreeg van het Good Food-label.



Business continuity en creatieve, waardevolle oplossingen in Vlaanderen tijdens de corona-lockdown

Vanaf de start van de COVID-19 crisis, zetten we tal van acties op touw in de rust- en verzorgingstehuizen. De teams van Sodexo legden veel

creativiteit aan de dag om de maaltijdvoorziening blijvend te garanderen. Ze bleven dan ook smakelijke, gevarieerde en evenwichtige maaltijden serveren aan de bewoners en het personeel. Dat deden ze onder meer door middel van individuele, feestelijke ontbijtmanden, kant-en-klare afhaalmaaltijden, superheldengebakjes en véél meer, in talloze verzorgingstehuizen in Vlaanderen.



Welzijn op het werk en behoud van talent

Onze medewerkers: onze grootste rijkdom!

Sodexo wil uitgroeien tot dé werkgever in zijn sector. We willen een bedrijf zijn waar mensen graag werken, waar medewerkers gelukkig zijn en waar ze willen blijven. Om dat te worden, stellen we alles in het werk om:

- De veiligheid van onze medewerkers te verzekeren en te bewaken.
- De levenskwaliteit en het welzijn van onze medewerkers te versterken, samen met de hulp van onze klanten.
- Een sociale ladder te zijn voor onze medewerkers, door hun talent te ontwikkelen.
- Onze talenten behouden
- Onze engagementen op het gebied van diversiteit en inclusie (voor wat betreft leeftijd, geslacht, afkomst, seksuele voorkeur...)
- Dagelijks naar onze waarden leven, met respect voor onze charters en ethische codes.
- Een constructieve, sociale dialoog op gang te houden met de sociale partners.



Veiligheid en preventie: van nature duurzaam

Knowhow en vaardigheden rond veiligheid: een boeiend menselijk avontuur

Zichzelf beschermen, anderen beschermen en leren hoe je levens redt? Voor Sodexo was veiligheid altijd al een topprioriteit. Doorheen de jaren ontwikkelden we een uitgebreide expertise op dat vlak. Dat leidde tot onze Zero Accident Mindset. Tot op vandaag is dat een cruciaal deel van ons waardensysteem.

Elke dag veiligheid kunnen garanderen kan enkel door een combinatie van persoonlijke vaardigheden, goede praktijken, kleine gebaren en goed gedrag. Onze teams zijn doordrongen van deze manier van werken.

De bereidheid om zich hiervoor in te zetten, stelde ons in staat om het aantal ongevallen met meer dan 85% terug te dringen in de voorbije 20 jaar. **Er tekende zich de voorbije 6 jaar een absolute versnelling af in die trend: de cijfers liepen maar liefst met 60% terug.** Daar mogen onze teams terecht trots op zijn. We moedigen hen graag aan om de geleverde inspanningen verder te zetten. Elk vermeden ongeval vertegenwoordigt een leven dat in veiligheid en integriteit voortgezet kan worden. We zijn dan ook van mening dat elk ongeval één te veel is.

Frequentiegraad van ongevallen op het werk (LTIR – lost time injury rate)

2020	Doelstelling 2021	Doelstelling 2025
1,58	1,00	0,50



Onze Zero Accident Mindset wordt ondersteund door digitale tools en veiligheidscampagnes

Have a Safe Day-campagne

Sinds meerdere jaren organiseert Sodexo de Have a Safe Day-campagne om medewerkers te ondersteunen in onze "0 ongevallen aanpak". Via de campagne leren we hen drie reflexen aan, die gemakkelijk te onthouden en gebruiken zijn. Werknemers moeten zich – voor ze aan een taak starten – telkens drie vragen stellen:

- Weet ik hoe ik de taak moet uitvoeren?
- Beschik ik over de juiste uitrusting?
- Is mijn omgeving veilig om de taak uit te voeren?

Als een werknemer op één van deze vragen negatief kan antwoorden, heeft hij het recht om in te grijpen, een taak stop te zetten of niet te starten

zolang aan deze 3 voorwaarden niet is voldaan. Meer dan 100 veiligheidsambassadeurs werden opgeleid om hun teams en collega's bewust te maken van mogelijke risico's op arbeidsongevallen.

Safety Olympics

In 2018 organiseerde Sodexo, gespreid over 4 maanden, de Safety Olympics. Elke medewerker kon, via een app of via de website, zijn mening geven over alle gevaren op de werkvloer én ze samen met een voorgestelde oplossing doorgeven aan de werkgever. Op het einde van de actie konden we zo een gedetailleerde, actuele inventaris raadplegen met alle gevaren die Sodexo-medewerkers ervaren – en de oplossingen die ze voorstelden.



Voedselveiligheid, nog een pijler van veiligheid bij Sodexo

100% Smiley, 100% succes!

Maar liefst 100 van onze restaurants behaalden de Smiley van FAVV*! Het beste bewijs dat we een efficiënt systeem installeerden om de hygiëne te garanderen. Dat is cruciaal om het hoogste niveau van voedselveiligheid te verzekeren voor onze consumenten. Sodexo is bovendien de cateringaanbieder die het meeste Smileys-certificaten in België behaalde, met een succespercentage van 100%! Onze normen en voedselveiligheidssystemen werden ontwikkeld om de kwaliteit van onze producten en diensten te garanderen. Maar ook met het oog op incidentpreventie door onze teams, die voortdurend bijgeschoold worden in dit thema.



Voedselinzameling en donaties

Sodexo ontwikkelde een proces om de inzameling en donatie van voedingsmiddelen te beheersen. Zo waarborgen we de voedselzekerheid voor zij die het nodig hebben. En kunnen goede doelen en voedselbanken functioneren volgens de hoogste kwaliteitsstandaarden.

Digitaliseren om veiliger te werken

Sodexo neemt grote stappen in de digitalisering van processen, zeker op het gebied van gevarenanalyse (HACCP*) en e-learning. Vanaf 2021 krijgen ook onze lokale leveranciers en de goede doelen waarmee we samenwerken, toegang tot onze online opleidingsmodules. Onze medewerkers gebruiken die online tools al sinds september 2020.



Samen sterk in de nieuwe realiteit

De gezondheidscrisis die volop woedt, levert beperkingen op voor onze medewerkers. We zorgen voor de herziening en aanpassingen aan ons veiligheidsmanagementplan in het kader van COVID-19, zodat onze medewerkers zich gesteund voelen om te werken in deze nieuwe realiteit. Zij moeten immers blijven voldoen aan onze standaarden op het gebied van gebruiksvriendelijkheid, veiligheid en duurzaamheid. Terwijl ze tegemoetkomen aan de nieuwe verwachtingen van onze consumenten en gebruikers. We hebben een onwankelbaar vertrouwen in ons vermogen om schouder aan schouder te staan met klanten, werknemers, consumenten en lokale gemeenschappen. Samen worden we sterker en bieden we het hoofd aan de uitdagingen die de toekomst brengt.



Talentbeheer – ontwikkeling van vaardigheden voor medewerkers en managers

Sodexo ontwikkelde een manier om vaardigheden en profielen binnen het bedrijf te identificeren.

Dat systeem is gestructureerd rond het evalueren van prestaties op basis van jaarlijkse beoordelingen, trainingen en persoonlijke ontwikkeling.

Managen van prestaties

De groei en evolutie van onze medewerkers is essentieel voor Sodexo. Daarom hebben we een transparant en evenwichtig systeem geïmplementeerd dat managers toelaat om de prestaties van hun teams dagelijks te analyseren en stimuleren. Daarnaast kan het HR-team een beroep doen op digitale tools voor het beheren van jaarlijkse evaluatieprocessen, talentplanning en de creatie van persoonlijke ontwikkelingsplannen – allemaal volgens internationale kwaliteitsstandaarden.

Naar aanleiding van de jaarlijkse beoordelingsgesprekken plannen de manager en zijn HR contactpersoon 'Talent Review' vergaderingen. Tijdens deze vergadering wordt het volgende besproken:

- Het identificeren van mogelijkheden en groeiwensen.
- Het bepalen en bespreken van opvolgplannen, promoties, transfers of recruiteringsbehoeften.
- Het opstellen van een plan van aanpak of ontwikkelingsplan om de groei van medewerkers te ondersteunen.
- Het identificeren en goedkeuren van vragen naar training en opleiding.

De uitvoering en de resultaten van dit talent review proces worden vervolgens gedeeld met het directiecomité.

De ontwikkeling van vaardigheden en opleidingen

Doeltreffende opleidings- en ontwikkelingsprogramma's zijn cruciaal voor het behouden en engageren van medewerkers. Opleidingen rond technische en gedragsvaardigheden leiden tot een hogere klanttevredenheid en betere bedrijfsprestaties. We moeten ervoor zorgen dat al onze mensen – van het terrein tot senior kaderfuncties – de juiste opleidingen en ontwikkelingskansen krijgen.

Onze interne en externe opleidingen kunnen onderverdeeld worden in 3 groepen: de ontwikkeling van professionele vaardigheden, het verbeteren van management- en leiderschapskwaliteiten, en persoonlijke ontwikkeling.

Concreet betekent dat:

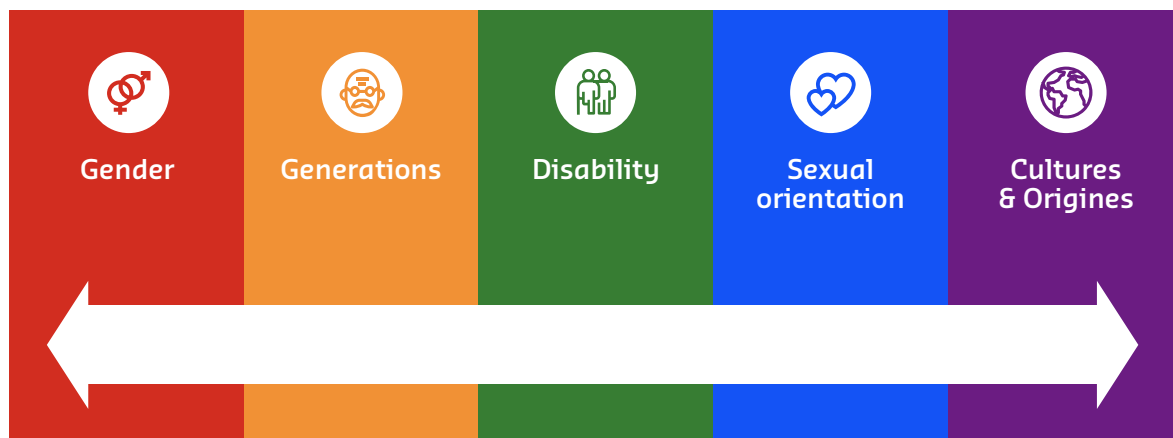
€ **2,25 miljoen €**
geïnvesteed in opleidingen

 **10,1**
uur vorming per medewerker per jaar

 **55.278**
uur aan opleidingen



Diversiteit en inclusie voor onze medewerkers – Wie ben ik bij Sodexo?



Ratio vrouwen-mannen
bij het management

2020

36/64

Doelstelling 2025

40/60

Diversiteit is een troef. We willen dan ook een cultuur creëren waarin we ieder zijn talenten tot zijn recht laten komen, ongeacht de verschillen tussen mensen. Elke medewerker heeft z'n eigen geschiedenis, ervaring en vaardigheden. Die unieke eigenschappen zijn de drijvende kracht achter onze mensen. We stellen alles in het werk om een diverse, inclusieve cultuur te scheppen waarin onze medewerkers zich gewaardeerd en gerespecteerd voelen als individu.



In 2007 was Sodexo één van de eerste bedrijven die het Gelijke & Diversiteit-label ontving van de Minister van Werk en Gelijke Kansen. Voor ons is het van levensbelang dat onze teams de diversiteit van de samenleving weerspiegelen. Ons beleid rond diversiteit en inclusie focust zich op volgende groepen:



Promoten van gelijkheid tussen man en vrouw

De gelijkheid tussen man en vrouw zit in het DNA van ons bedrijf. Bij Sodexo krijgen mannen en vrouwen hetzelfde loon en dezelfde voordelen. Bovendien wordt er bij geen enkele functie onderscheid gemaakt op basis van geslacht. 54% van onze medewerkers zijn vrouwen. In het management is de man-vrouwratio 64/36. We doen er alles aan om dit tegen 2025 op te krikken tot 60/40.

Om het goede voorbeeld te geven en inspiratie te bieden, **het directiecomité bestaat uit 6 vrouwen en 6 mannen en de CEO**. Om dit doel te behalen en onze engagementen op het gebied

van man-vrouwgelijkheid na te komen, stelden we een actieplan voor gendergelijkheid op in overleg met onze medewerkers. Het focust op:

Aanwervingen

Onze rekruteringsverantwoordelijken worden opgeleid om aandacht te besteden aan het thema gendergelijkheid en analyseren de leeftijdscategorieën binnen het bedrijf. Zo kunnen ze inspelen op vrijkomende functies en zich voorbereiden om die in te vullen met vrouwelijk talent. In 2018-2019 verwelkomden we zo 130 nieuwe vrouwelijke collega's op 269 aanwervingen.



Talent Management

Als aanvulling op evaluaties, carrièreplanning en ontwikkelingsplannen, identificeren we actief vrouwelijke medewerkers met groeipotentieel.

Opleidingen

We bevorderen de interne mobiliteit van vrouwelijk talent en stellen individuele actieplannen op voor onze vrouwelijke medewerkers die succesvol deelnamen aan kwalificerende opleidingen.

Sophie Claeys, gediplomeerd diëtiste, maakt deel uit van het vrouwelijk talent bij Sodexo. Ze bouwt al 10 jaar lang aan haar carrière en is vandaag Client Relations Manager bij Services voor Seniors in Leuven en Limburg :

« Ik ben tevreden over de kansen die ik kreeg bij Sodexo en blij met mijn deelname aan So Together, een internationaal opleidingstraject voor vrouwen binnen de groep. Ik heb veel geïnvesteerd en het was niet altijd eenvoudig, maar bijzonder verrijkend. »





Samenwerking tussen verschillende generaties

In 2012 ontving Sodexo de Active Ageing Award, een prestigieuze prijs uitgereikt door het Verbond van Belgische Ondernemingen in samenwerking met Business & Society, een mooie waardering voor onze intergenerationele aanpak. Ons basisprincipe is om nooit rekening te houden met leeftijd, maar wel met competentie. Dat geldt voor de rekrutering, de opleidingen die medewerkers krijgen én de ontwikkeling van hun carrière binnen Sodexo. Al onze 55+ medewerkers worden vrijblijvend uitgenodigd voor een loopbaangesprek.

We zetten ook een systeem op touw gezet om verworven vaardigheden te herkennen. Dat is een ondersteunend traject waarbij 55+ medewerkers gedurende 5 sessies jongere medewerkers coachen die de opleiding Site Manager succesvol hebben doorlopen.

Voor medewerkers onder de 36 jaar bestaat Young Sodexo Belgium, een netwerk waarin ze relaties kunnen smeden en het bedrijf in al zijn facetten kunnen ontdekken – via formele en informele events. Maar het is vooral belangrijk dat

ze als jongeren hun stem kunnen laten horen aan het management.

Wist je trouwens dat 50% van onze medewerkers 45 jaar of ouder zijn?

En we verschaffen werk aan mensen tussen 17 en 72 jaar!





Aanwerving van personen met een beperking

Personen met een beperking nemen een speciale plaats in onze diversiteitspolitiek in. Sinds we in 2013 de “Prix de l’entreprise citoyenne” ontvingen van CAP48*, besteden we actief aandacht aan de inclusie van mensen met een beperking. Elk jaar verwelkomen we 40 tot 50 stagiairs. Een opmerkelijk cijfer dat de goede samenwerking van Sodexo met organisaties zoals AVIQ (Agence pour une Vie de Qualité - en Wallonie), de VDAB en PHARE (het AWIPH van het Brusselse gewest) benadrukt.



We tellen ook 13 medewerkers met een beperking onder onze vaste contracten. Neem bijvoorbeeld Julie Brossard, wiens doofheid haar niet belette om als banketbakker aan de slag te gaan op het hoofdkantoor van Sodexo. Of Cathy Haggeman, een van onze keukenmedewerkers:

« Wat Sodexo doet voor mensen met een beperking is geweldig. Voor mensen als ik is het niet eenvoudig om werk te vinden. We zijn echter net hetzelfde als iedereen... »





Een mix van afkomsten

Sodexo engageert zich in de strijd tegen discriminatie op basis van afkomst en nationaliteit. We helpen klanten wereldwijd, ongeacht hun herkomst of culturele verschillen. We geloven dat onze teams de diversiteit van onze samenleving moeten weerspiegelen. Dat helpt ons om de voorkeuren en gevoeligheden van onze klanten en consumenten nog beter te begrijpen. Onze managers krijgen een opleiding gericht op diversiteit en de multiculturele werkplek. We hebben maar liefst 67 verschillende nationaliteiten in onze teams en geven ook kansen aan vluchtelingen.



Seksuele voorkeur

In 2017 lanceerden we het Sodexo Pride-netwerk in België voor onze LGBTQ+ medewerkers (lesbische, homoseksuele, biseksuele en transgendermedewerkers, Queer) en iedereen die Pride ondersteunt. We zijn niet enkel fier, maar hebben respect voor de individualiteit, diversiteit en gelijkheid van elkeen in onze maatschappij.



Inzet van werknemers

Sodexo gelooft dat geëngageerde medewerkers de prestaties van een bedrijf verbeteren én een concurrentieel voordeel opleveren. Betrokken medewerkers leren meer, sneller en zijn creatiever. Om dit engagement te meten en de tevredenheid op het werk te verbeteren voor al onze werknemers, houden we vanaf 2021 een jaarlijkse grote – en anonieme – enquête “Voice”. De resultaten hiervan worden geanalyseerd door een onafhankelijke organisatie.

De slogan van deze enquête is “Laat je stem horen”. Het gaat niet enkel over het ontdekken van de mening van onze medewerkers. Deze bevraging laat toe om op een menselijke manier met hen in verbinding te komen. “Voice” werd ontwikkeld om hun enthousiasme te peilen. Het toont

hoe ze zich identificeren met de waarden van Sodexo, welke hun motivatiegraad is en hoe fier ze zijn om bij ons te werken. We komen te weten of ze positieve boodschappen brengen over het bedrijf als ze niet op het werk zijn. We willen hen immers de kans geven om zich te ontwikkelen op de werkvloer. Maar we willen ook dat ze graag bij ons werken.

Deze bevraging is dus een moment waarop onze medewerkers zich laten horen en hun mening anoniem kunnen meedelen. Het is noodzakelijk om hun mening te kennen en om een idee te krijgen waarover ze tevreden zijn – en waar ruimte is voor verbetering én welke acties we daarvoor moeten ondernemen. “Voice” is bovendien een

manier voor managers om het gesprek met hun medewerkers op gang te brengen, hun noden te leren kennen en hun doelen te identificeren. Uit de laatste enquête bleek dat het engagement van onze medewerkers tot 56% gestegen was. Voor de volgende editie in 2021 willen we dat doen doorgroeien tot 60%. Wat de sterke punten waren voor Sodexo in de enquête van 2018? De werkomgeving én het welzijn op het werk. Het voornaamste verbeterpunt was dan weer carrièreontwikkeling. We werken eraan!

Engagement

2018

Doelstelling 2021

56% **60%**

Lokale gemeenschappen

Sodexo onderneemt verschillende acties op het terrein om onze lokale gemeenschappen te ondersteunen

Vechten tegen honger, sociale re-integratie bevorderen, producenten in het zuiden én bij ons ondersteunen, inclusie bevorderen... Het zijn maar enkele voorbeelden.



Stop Hunger: winnen in de strijd tegen honger is géén utopie

821 miljoen mensen lijdten wereldwijd honger.

De VN wil dat vreselijke

probleem beëindigen tegen 2030. Er is haast bij. Maar hoe doen we dat? Bij Sodexo richtten onze medewerkers een wereldwijd netwerk zonder winstdoelstelling op, Stop Hunger. Dit initiatief werkt op lokaal niveau en ondersteunt mensen die honger lijden. Sodexo België mobiliseert zich elk jaar om dit project te ondersteunen.

Om honger voor eens en voor altijd de wereld uit te bannen, draagt Stop Hunger bij tot zelfredzaamheid op het gebied van voeding. Ook toegang tot onderwijs, opleidingen en werk voor vrouwen in het hart van lokale gemeenschappen krijgen de nodige aandacht. Vrouwen kunnen immers de wereld verlossen van honger! Het programma biedt ook noodhulp bij klimaatrampen en humanitaire rampen. Daarnaast bundelt het kennis over voedselkwaliteit en voedselveiligheid.



Aantal begunstigen
in België

2020

6304

Stop Hunger steunt op een samenwerking met 1.200 lokale en internationale ngo's, maar ook op het unieke ecosysteem binnen Sodexo, dat oprichtend partner is van de organisatie. De lokale impact is echt. Dat bewijzen de cijfers:

 **61**
geholpen landen

 **25 miljoen**
begunstigen

 **122.000**
vrijwilligers

 **4 miljoen \$**
geïnvesteerd op 3 jaar

Om nog verder te gaan richtte Sodexo een Charter voor Vrijwilligerswerk op en zette het zijn schouders onder



het Goodness Platform Stop Hunger. Dat laat elk van onze medewerkers toe om één werkdag te besteden aan vrijwilligerswerk en om zich in te zetten in de strijd tegen honger. Via het Goodness Platform kunnen ze de beschikbare goede doelen raadplegen, de data waarop hun hulp welkom is en de duurtijd. Zo'n werkdag komt overeen met 8 uur. Die kunnen in één klap in-

gezet worden, of verdeeld over verschillende doelen. Ons streefdoel? Dat 20% van het Sodexo België-personeel zich engageert in 2025. Dat zijn zo'n meer dan 700 medewerkers.

In 2019 en 2020 zette Stop Hunger in België een actie op touw met Artsen zonder Grenzen, om ook hier de kwetsbaarste groepen te bereiken. We hielpen actief bij het verdelen en bevoorraden van de Voedselbanken, stelden opleidingen voor rond evenwichtige voeding, organiseerden kooklessen en lanceerden een operatie die 2 cent betaalde aan Stop Hunger per verrichting met een Sodexo Card.

Do more good!

Socio-professionele integratie: een positieve impact voor lokale gemeenschappen

Bij Sodexo willen we dat elke medewerker zich gewaardeerd voelt en kan doorgroeien binnen de organisatie via opleidingen en carrièreplanning.

We willen ook actief werken aan de tewerkstelling van jongeren, langdurig werklozen, mensen zonder diploma en ex-gedetineerden. We gingen bijna 80 samenwerkingsakkoorden aan met organisaties voor socio-professionele integratie zoals “Missions Locales”, “Maisons de l’Emploi”, OCMW’s en andere verenigingen.

200 stages per jaar

Sodexo verwelkomt elk jaar 200 mensen voor stages en opleidingen. De laatste tien jaar stroomden 300 stagiairs door naar een contract van onbepaalde duur.

120 leercontracten sinds 2010

Op tien jaar zijn er zo’n 120 leercontracten opgestart die telkens 1 tot 3 jaar lopen. Zo krijgen leerlingen de kans om bij Sodexo het vak te leren. Sommigen onder hen werken trouwens nog steeds bij ons.

Tewerkstelling met artikel 60

Dankzij onze goede samenwerking met de OCMW’s heeft Sodexo een ruime ervaring in de supervisie van mensen die aan het werk gaan via artikel 60. Dat type tewerkstelling wordt gesubsidieerd door het OCMW en is voorbehouden voor mensen die een periode gewerkt moeten hebben voor ze in aanmerking komen voor sociale voordelen – zoals werkloosheidsvergoeding. We stellen alles in het werk om deze medewerkers vlot te integreren in onze teams én hen te laten groeien in hun werk.

Re-integratie van ex-gedetineerden

Er werden speciale opleidingen gecreëerd voor de gedetineerden van de gevangenis in Marche-en-Famenne. Zij worden omkaderd en opgeleid in verschillende activiteiten (keuken, naaiatelier, wasruimte) door onze teams ter plaatse. 30 gedetineerden hebben al een koksdiploma behaald en 8 een getuigschrift in de wasruimte. 108 onder hen kregen hierdoor een job in de keuken.

Sociale integratie van patiënten uit Forensische Psychiatrische Centra

Integr'In is een partnerschap tussen Sodexo en de FPC's van Gent en Antwerpen. Het is een mooi voorbeeld van een succesvol sociaal project. De patiënten van deze voorzieningen worden met het oog op hun re-integratie opgeleid in traditionele beroepen. Zo maken ze meubels van palletten en constructiehout, postkaarten van gerecycleerd papier of kussens.

Inclusieprogramma met partners en leveranciers

Bij Sodexo vinden we het belangrijk om praktijken rond eerlijke handel, inclusie en duurzaamheid te promoten.

Dat maakt deel uit van onze ecologische verantwoordelijkheid, onze ambitie om solidariteit en gelijkheid te ondersteunen én een gezonde leefomgeving te bevorderen.

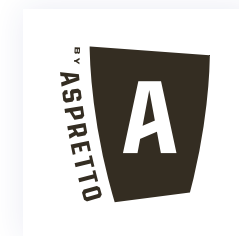
Kiezen voor producten uit eerlijke handel

Sodexo gaat partnerships aan met leveranciers zoals onder meer Oxfam, Max Havelaar en Ethiquable. Onze catalogus bevat 150 producten die de eerlijke handel tussen noord en zuid stimuleren (chocolade, koffie, thee, fruitsap...).

We nemen ook elk jaar deel aan sensibilisering-sacties zoals de Week van de Fair Trade. Daarnaast ontwikkelen we recepten op basis van Fair Trade-producten en communiceren we er gericht over naar onze consumenten-stakeholders.

In België is 28% van de koffie die we serveren gecertificeerd eerlijk – onder meer met dank aan ons Aspretto-concept. Dat omvat uitsluitend kwaliteitsvolle koffie, thee en chocolade van biologische landbouw én met Fair Trade-label. We serveren enkel in plasticvrije en afbreekbare bekertjes of in porseleinen servies, of in circulaire oplossingen van onze partner Billie Cup. Via onze samenwerking met Ray & Jules wordt onze koffie bovendien gebrand met machines die 100% draaien op zonne-energie. Voor elke kop wordt er een bedrag gestort aan Stop Hunger, dat strijdt tegen honger in de wereld.

laire oplossingen van onze partner Billie Cup. Via onze samenwerking met Ray & Jules wordt onze koffie bovendien gebrand met machines die 100% draaien op zonne-energie. Voor elke kop wordt er een bedrag gestort aan Stop Hunger, dat strijdt tegen honger in de wereld.



Koffie Fair Trade gecertificeerd

2020

28%

Producten afkomstig van
Belgische afkomst

2020

Doelstelling 2022

50% **70%**

Belgische producenten steunen via superlokale voedselketens

Toegang hebben tot kwaliteitsvolle voeding én onze lokale producenten ondersteunen is een logische keuze. En toch is het een logische stap die door de globalisering naar de achtergrond werd verdrongen. Het resultaat voor onze lokale producenten? Een devaluatie van hun beroep en het verdwijnen van maar liefst 68% van de Belgische boeren tussen 1980 en 2016! De oplossing? Korte, superlokale voedselketens ontwikkelen. Deze voedselketens zijn erop gericht om de mensen binnen een bepaald gebied van voeding

te voorzien die zo lokaal mogelijk werd geteeld. Het doel is om...

- De economische leefbaarheid en activiteit van lokale producenten bevorderen.
- De CO2-impact van transport terugdringen. De toevoer veiligstellen in geval van voedselcrisissen.
- Een hoge kwaliteit van voedingswaren verzekeren.

Sodexo wil een actieve partner zijn van de korte keten, zodat we:

- Ons landbouwerfgoed kunnen bewaren, door de voedingsproducten van onze Belgische producenten, verwerkers en distributeurs naar waarde te schatten.
- De band tussen steden en het platteland herstellen, via nieuwe voedselketens of door bestaande voedselketens aan te vullen.
- Alle betrokken partijen kunnen inspireren: onze teams, consumenten, stakeholders, hun families...
- Een versnelde transitie kunnen maken naar een voedingsrijke, vruchtbare en levende bodem.



Inclusieve initiatieven promoten bij onze leveranciers

La Ferme Nos Pilifs in Neder-over-Heembeek is een maatwerkbedrijf en non-profit organisatie die 145 mensen met een beperking een nuttige dagbesteding én de 40-tal begeleiders een buitengewone job biedt.

Bij La Ferme Nos Pilifs staan ecologie, duurzame ontwikkeling, respect voor het milieu, het bewaren van biodiversiteit en circulaire economie centraal in alle activiteiten. De korte keten, bio-producten en ethische samenwerkingen staan voorop. Deze waarden en activiteiten sluiten mooi aan bij die van Sodexo. We steunen het project daarom door producten in te kopen. We vertrouwen hen aan ons hoofdkantoor ook 10 vierkante meter grond toe, waarop ze groenten kunnen telen.

04 Milieu

De sociale en milieu-impact die een klimaatopwarming van 2° C of meer zou hebben (massamigratie, voedselcrisissen, water- en energietekorten, maatschappelijke onrust, conflicten) is onverenigbaar met de missie van Sodexo om de levenskwaliteit te verbeteren.

Milieubehoud en een stabiel leefklimaat zijn dan ook mondiale doelen die we helpen bewerkstelligen. We willen een actieve partner zijn om dergelijke scenario's tegen te gaan. Een partner die het voortouw neemt door verantwoorde diensten aan te bieden.

We stelden een wetenschappelijk actieplan op, gevalideerd volgens SBTi* wetenschappelijke aanpak, dat als doel heeft om de klimaatopwar-



ming onder de 1,5°C te houden. Voedselverspilling vermijden, een voedingspatroon gebaseerd op plantaardige eiwitten, een verantwoord energiebeheer en het promoten van de korte keten zijn doelstellingen die we delen met onze klanten. Sodexo België draagt ook aanzienlijk bij aan het wereldwijde engagement van de Sodexo Group én de ambitieuze doelstellingen van de Green Deal in Europa, om het eerste CO2-neutrale continent te worden tegen 2050.

Ons doel: onze netto **CO2-voetafdruk op het hoofdkantoor terugdringen van 50% in 2025 tot 70% in 2030** en bij uitbreiding op al onze sites. Deze reductie zal gepaard gaan met een compensatie van resterende emissies. **Zo behouden we onze officiële CO2-neutrale erkenning die we in 2018 behaalden.** Concreet steunt ons klimaatactieplan op 5 pijlers:

Koolstof voetafdruk
Sodexo België

2020

68.100 tCO₂e
+ carbon-neutraliteit

Doelstelling 2025

-50%
netto vermindering
+ uitbreiding van
carbon-neutraliteit

Pijler #1

De strijd tegen voedselverspilling

Als voedselverspilling een land was, zou het de op twee na grootste uitstoter van broeikasgassen zijn, na de Verenigde Staten en China. Een derde van de wereldwijde voedselproductie wordt weggegooid. En dat terwijl 870 miljoen mensen honger leiden op deze planeet. De strijd tegen voedselverspilling is een essentieel doel om onze CO2-voetafdruk te verkleinen. Dat doen we via Waste Watch ondersteund door de digitale partner Leanpath.

Dit programma gebruikt elektronische weegschalen die zijn aangesloten op tablets in

de keuken. Elke dag wegen onze medewerkers wat er op het bord van onze klanten is achtergebleven én registeren dat volgens voedseltype. Ze analyseren ook wat te veel werd geproduceerd. Elke sitemanager ontvangt wekelijks een analyse met het gewicht en de financiële waarde van wat er werd weggegooid. Met deze informatie ondernemen we actie en bewerkstelligen we gedragsveranderingen die voedselverspilling moet voorkomen – of het nu gaat om overproductie of het eten dat wordt weggegooid door consumenten.

Dit programma wordt al op een 15-tal sites toegepast. Het dringt de voedselverspilling gemiddeld met 36% terug – dat is 160.000 kg voedsel op 14 maanden tijd! Er zijn 175 extra sites ingepland voor 2020, ondanks de impact van COVID-19. Het is ons doel om alle sites in te schakelen in het Waste Watch by Leanpath-programma, om zo de **voedselverspilling met 50% te verminderen tegen 2022**.

Vermindering van voedselverspilling

2020

-36%

Doelstelling 2022

-50%

WASTE WATCH  POWERED BY  Leanpath

Elk jaar organiseert Sodexo ook de WasteLESS Week, een engagementscampagne om werknemers, klanten en consumenten bewust te maken van de milieukost van afval.

Pijler #2

Een voedingspatroon op basis van plantaardige eiwitten stimuleren

Volgens de Voedsel- en Landbouworganisatie van de VN (FAO) is de veehouderij verantwoordelijk voor 14,5% van alle uitstoot die verband houdt met klimaatverandering. Dat is bijna 7 keer meer dan de wereldwijde luchtvaart. We willen de milieuvoordelen en gezondheidsvoordelen van plantaardige maaltijden in de kijker zetten. Daarom ontwikkelden we concepten zoals Love of Food en Mindful.

Het Mindful-concept

Mindful is een wereldwijd initiatief rond voeding en welzijn dat gericht is op onze consumenten en bij uitbreiding de hele maatschappij via de Mindful website, **die recepten met een lage CO₂-afdruk en Nutriscore A**, advies over een gezonde levensstijl, sportieve of ludieke uitdagingen en veel meer aanbiedt.

« Het doel is duidelijk: het grote publiek laten zien dat we geven om de gezondheid en het welzijn van iedereen », zegt Kathleen Ervinckx, Nutrition Expert & Service Developer-Food Platform.





LOVE OF FOOD

Onze chef-koks zijn gepassioneerd door hoogwaardige producten en besteden bijzonder veel aandacht aan de manier waarop ze die bereiden. Deze passie delen ze nu als de Love of Food. Die legt de nadruk op duurzame voeding, talentontwikkeling, innovatie en groei. Ze ontwikkelden 200 nieuwe recepten op basis van plantaardige eiwitten. De recepten bevatten de 50 voedingsmiddelen uit het Future 50-rapport van het WWF. Het zijn ingrediënten die zowel gezond, lekker, toegankelijk én milieuvriendelijk zijn. Het concept werd ontwikkeld in samenwerking met Unilever Food Services.

Sodexo is bovendien een belangrijke partner van EVA* en hun Donderdag Veggiedag-campagne. Meer dan 100 van onze sites nemen actief deel aan bewustmakingscampagnes en bieden maaltijden aan op basis van plantaardige eiwitten. Sommige restaurants – zoals dat in het Vlaams Parlement – bieden zelfs elke dag een alternatief op basis van plantaardige eiwitten aan.

The logo for 'eva' features the word in a lowercase, green, sans-serif font. A small green leaf icon is positioned above the letter 'v'.

The logo for 'jeudi Veggie' features the word 'jeudi' in a small, green, sans-serif font above the word 'Veggie' in a larger, bold, green, sans-serif font. A small green leaf icon is positioned above the letter 'j'.

Tegen 2020 bieden al onze restaurants minimum wekelijks één vegetarisch alternatief aan. In 2021 moet dat vegetarische alternatief zelfs dagelijks op het menu staan.

*EVA vzw, een non-profit organisatie die vegetarische maaltijden promoot

Pijler #3

Het aanmoedigen van innovatieve energie-oplossingen

Het is van levensbelang om duurzame energie te promoten en betere praktijken in te voeren rond energiebeheer. We werken samen met onze klanten aan het terugdringen van het energieverbruik én aan zuinig waterverbruik op de sites die we beheren.

Op drie jaar tijd slaagde Sodexo erin om het energieverbruik van zijn hoofdkantoor terug te brengen met 32%. Het doel: nog eens 11% beter doen tegen 2025. Bovendien kopen we reeds voor 100% groene stroom in.

Sodexo België is al ISO 14001-gecertificeerd voor milieumanagement. Sinds mei 2020 behaalden we ook de ISO 50001-norm voor onze methodische aanpak rond energiebeheer.

Onze expertise rond energiebeheer staat buiten kijf. We stellen die expertise ook ter beschikking van andere bedrijven die hun energiefactuur en CO₂-afdruk willen verkleinen. We helpen hen om een grondige analyse uit te voeren van hun verbruik, in overeenstemming met de striktste regels en standaarden. Na die analyse doen we aanbevelingen rond het installeren van technieken gebaseerd op artificiële intelligentie.

Het resultaat? Een afname van 35% van het energieverbruik en de CO₂-afdruk bij onze klant Canon bijvoorbeeld, en een vermindering van 32% voor onze maatschappelijke zetel.

Vermindering van
energetische consumptie

2020

32%

Doelstelling 2025

43%

Hernieuwbare
energie

100%

Pijler #4

Hechtere samenwerking met lokale kmo's en verantwoord inkopen

Sodexo steunt lokale kmo's die duurzame landbouw hoog in het vaandel dragen. Het verminderen van de transportafstand van producten doet bovendien de CO2-emissie van de logistieke keten dalen. In 2018 investeerde Sodexo meer dan 5,3 miljard euro aan steun voor lokale kmo's. We willen deze oefening nog eens overdoen in 2025, met een investering van 10 miljard.

50% van onze voedingsproducten zijn afkomstig uit België. Sodexo heeft nauwe samenwerkingen uitgebouwd met een honderdtal kleine, regionale producenten in de korte keten. Vanaf 2022 willen

we dat aandeel laten groeien tot 70% voedingsproducten van Belgische oorsprong, waarvan 100% Belgisch langzaam groeiende vleeskuikens en 100% verse seizoenfruit en -groenten.

We willen ook de CO2-emissies die worden veroorzaakt door de producten die we gebruiken, verder terugdringen. Daarvoor werken we samen met het WWF (onze partner in ecologische vraagstukken sinds 2010) en onze leveranciers. We namen daarnaast al de formele beslissing om geen exotisch vlees (zoals kangoeroe, bizon) meer te serveren in onze restaurants, dit bovenop de 7 engagementen rond dierenwelzijn die wij reeds sinds 2007 invoeren.

Vis duurzame visserijpraktijken (in overeenstemming met rode en oranje lijsten)

Sinds 2015

100%

Vis gecertificeerd als gevangen volgens duurzame praktijken (MSC of ASC)

2020

62%

Fruit en groenten gecertificeerd vanaf biologische landbouw

2020

2,8%



Voedingsproducten van oorsprong uit België

2020

50%

Doelstelling 2022

70%

100% van de vis die wordt geserveerd is afkomstig van duurzame visvangst. 100% van de eieren is afkomstig van scharrelkippen waarvan 70% vrije uitloop. Onze menu's bevatten geen varkensvlees van dieren die levend gecasteerd worden. Ganzenlever staat niet meer op het menu.

En dat zijn maar een paar voorbeelden van de **7 principes voor een gezonde en duurzame voeding die we hanteren in al onze restaurants.**

+ Pijler #5

Voorrang geven aan de circulaire economie en zero plastics

We streven naar een circulaire economie. Dat betekent dat we de waarde van producten en materialen zo lang mogelijk willen behouden. Dat principe is het tegenovergestelde van een lineaire economie, die gebaseerd is op grondstofdelving, productie, consumptie en wegwerpen. We zetten in op een economisch model zonder negatieve impact op de planeet. En zelfs – als we mogen dromen – op een model dat een positieve impact heeft. Om dat te bereiken, halen we inspiratie bij circulaire bedrijven en startups.

Mission ZERO Waste

We zijn ambitieus en engageren ons om alle vermijdbaar afval te elimineren tegen 2022. Daarvoor hanteren we een participatieve, inclusieve aanpak in samenwerking met onze medewerkers, klanten en consumenten. Onze Zero Waste-doelstelling is gebaseerd op drie prioriteiten: het gebruik van plastics voor éénmalig gebruik terugdringen, onze voedselverspilling met 50% verminderen en al het afval maximaal sorteren en recycleren.

Op weg naar ZERO plastic

Sodexo wil het gebruik van plastic voor éénmalig gebruik verbieden tegen 2025, op al onze sites wereldwijd. In België schakelen we een versnelling

hoger: sinds 2019 werden we plastic verpakkingen voor éénmalig gebruik én wegwerpartikelen geleidelijk uit onze restaurants. Deze operatie zal op al onze sites afgerond worden in 2021, te beginnen met roerstaafjes, rietjes en plastic zakken. We bieden voor elk van deze producten een duurzame oplossing – steeds herbruikbaar en recyclebaar. Hiervoor werkt Sodexo nauw samen met startups om innovatieve oplossingen te vinden in de circulaire economie.

Drie van onze restaurants zijn vandaag al volledig zero plasticsplasticvrij, – en daar zijn we trots op.

De COVID-19-pandemie onthult de gevolgen van de klimaatcrisis en het verminderde biodiversiteit

De vernietiging van ecosystemen, het verlies van biodiversiteit en de overconsumptie van dieren (zoals sommige wilde diersoorten) zijn factoren die bijdragen tot de verspreiding van nieuwe ziekten. De COVID-19-pandemie heeft dat aangetoond en stelt de veerkracht van onze samenleving sterk op de proef.

Ze onthult ook de moeilijkheden die we ervaren om ons voor te bereiden op een crisis van dergelijke omvang. De gevolgen van de klimaatverandering op korte termijn vereisen echter net een snelle reactie op grootschalige gebeurtenissen, zoals hittegolven en watertekorten.

Veerkracht op lokaal niveau brengt een betere bescherming van de natuur met zich mee, zodat we gebruik kunnen blijven maken van de ecosystemendiensten die ze levert, zoals water en andere natuurlijke bronnen. Die zijn immers cruciaal voor ons welzijn en onze economische activiteiten. Daarom is het zo belangrijk om lokale producenten te ondersteunen, gezond te eten, lokale werkgelegenheid te creëren en ecosystemen te respecteren én te herstellen.

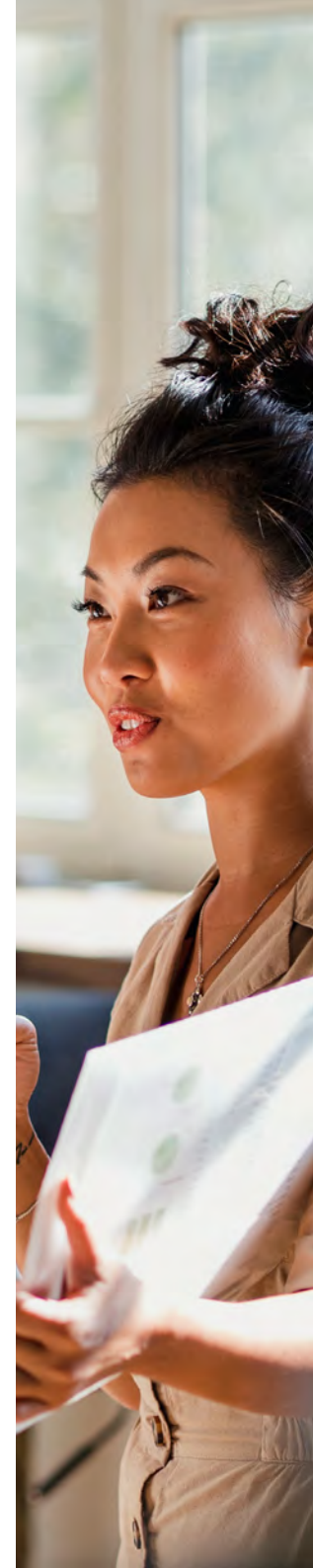


Goed bestuur

Goed bestuur steunt onder meer op het respecteren van de mensenrechten. Dat vormt de kern van Sodexo's waarden en ethische principes.

Het is cruciaal voor het uitoefenen van onze missie. Elke dag opnieuw zorgen we er samen voor dat onze activiteiten geen inbreuk vormen op de mensenrechten. We engageren ons om negatieve gevolgen te identificeren, te voorkomen en te beperken.

Alle medewerkers, partners en leveranciers van Sodexo verbinden zich ertoe om dit engagement na te leven. Een engagement dat gebaseerd is op de verklaring van de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) over fundamentele principes en rechten op het werk. Ook de leidende principes van de VN met betrekking tot bedrijven en mensenrechten tonen ons de weg. Dit alles werd geformaliseerd in ons Mensenrechtenbeleid en ons Handvest voor Grondrechten op het Werk.



Goed bestuur in termen van ethiek en compliance

Onze mensen zijn onze belangrijkste troef. Zij dragen onze waarden uit: Zin voor Dientsverlening, Team Spirit en Zin voor Vooruitgang. Iedereen begrijpt en deelt deze ethische principes.

Loyaliteit

Vertrouwen vormt de kern van de relaties met onze klanten en medewerkers.

Respect

Voor alle mensen, ongeacht hun afkomst, leeftijd, geslacht, overtuiging of individuele levensstijlkeuzes.

Transparantie

We informeren klanten, medewerkers en aandeelhouders duidelijk over onze producten en diensten.

Zakelijke integriteit

We veroordelen alle praktijken die niet op eerlijkheid, integriteit en billijkheid zijn gebaseerd.





Daarnaast zorgt het Ethics & Compliance Committee van de Sodexo Group voor verantwoord zakelijk gedrag. Het streeft naar:

- Een ethische cultuur, programma's en beleid in het hele bedrijf, overal ter wereld. De ondersteuning van alle lokale ethische en compliance-comités.
- Het bestuderen van alle zaken die onder de aandacht van het comité worden gebracht.

Sodexo België richtte ook een lokaal Ethics & Compliance Committee op, dat elk kwartaal samenkomt en rapporteert aan het Groepscomité. Onze interne auditafdeling identificeert potentiële risico's op het gebied van ethiek en

compliance én evalueert en meet acties die op dat gebied genomen worden. We zijn lid van het Institute of Business Ethics, de Business Ethics Circle en het European Business Ethics Network. In navolging van de wet "Devoir de Vigilance" (wet rond waakzaamheidsplicht in Frankrijk) stelde Sodexo een plan op. Dat stelt maatregelen voor die binnen de Groep zijn ingevoerd om risico's te identificeren en inbreuken te voorkomen op: Mensenrechten, Gezondheid en veiligheid, Het milieu.

Het plan houdt rekening met de risico's die voortvloeien uit de activiteiten van Sodexo, onze dochterondernemingen en partners. Dat ligt mooi in lijn met onze routekaart voor verantwoord ondernemen.

Ons integriteitsprogramma

Een andere prioriteit van Sodexo is de strijd tegen corruptie en oneerlijke concurrentie. Daarom ontwikkelden we een integriteitsprogramma dat gebaseerd is op verschillende pijlers:

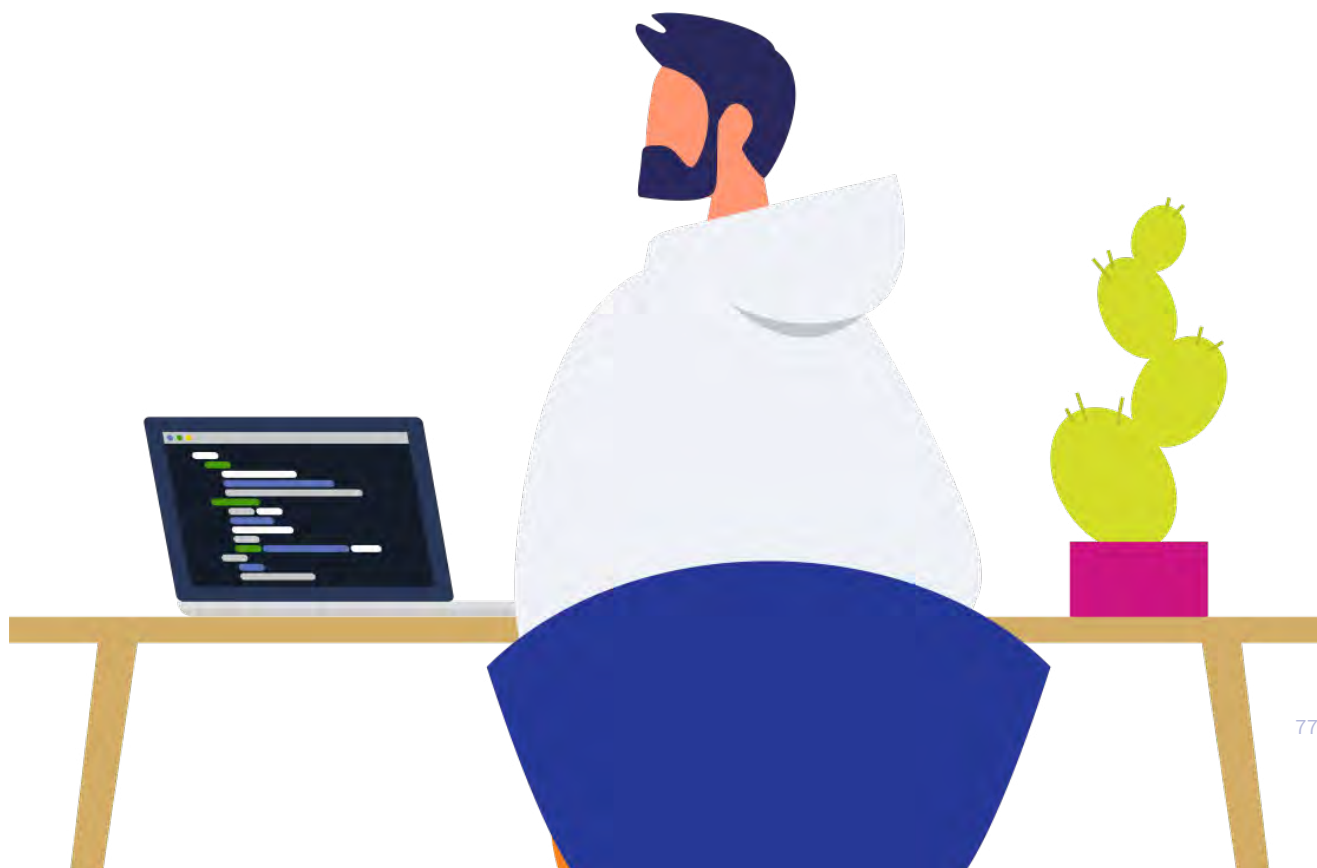
- Onze principes en waarden goed communiceren aan onze medewerkers en hen verplichten om die na te volgen op alle niveaus van de Groep.
- Het bewustmaken van medewerkers via online opleidingen rond verantwoord zakelijk gedrag.
- Medewerkers toestaan om melding te maken van activiteiten die of gedrag dat in strijd is met onze Gedragscode. Dat kan volledig anoniem via de Speak Up-lijn van Sodexo.
- Eisen dat leveranciers zich contractueel engageren om onze Gedragscode voor Leveranciers te respecteren, met aandacht voor de fundamentele principes en rechten op het werk (IAO).
- Een strikt beleid voeren rond “geschenken, uitnodigingen en donaties” om corruptie tegen te gaan.



Het beschermen van persoonlijke gegevens

Het beschermen van persoonlijke gegevens staat centraal bij Sodexo.

Onze medewerkers worden hierin ook degelijk opgeleid. Op het intranet werd eveneens een beveiligde ruimte gecreëerd om persoonsgegevens doeltreffend te beschermen. Medewerkers ontvangen alle nodige informatie over dit thema.



Benefits & Rewards Services



Kerncijfers Sodexo Benefits & Rewards Services in België



35.000

aantal aangesloten
handelszaken
op 31/5/2020



4,2 miljard €

business volume
op 31/5/2020



2,8 miljoen

aantal gebruikers
op 31/5/2020



76.000

aantal klanten
op 31/5/2020



72 miljoen €

omzet
op 31/5/2020



200

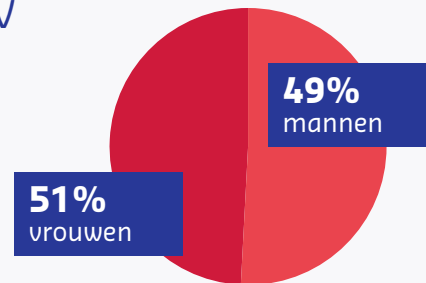
aantal medewerkers
op 31/5/2020



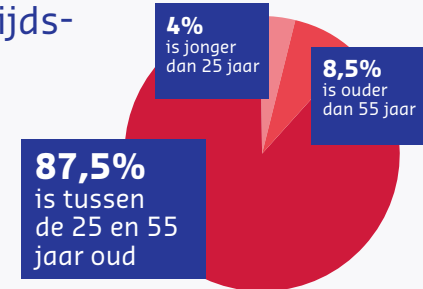
Onze 200 medewerkers in enkele cijfers



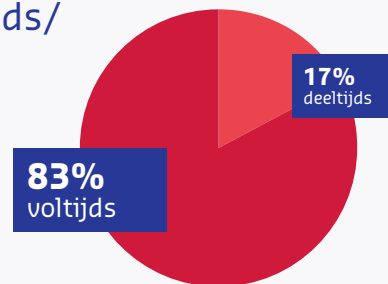
Ratio M/V



Per leeftijds-
groep



Ratio voltijds/
deeltijds



Ratio arbeids-
contract
onbepaalde
tijd/bepaalde
tijd



Onze grootste verwezenlijkingen in 2019-2020

- ✓ Uitreiking van gratis Sodexo Cards aan gezinnen voor noodvoedselhulp tijdens de coronacrisis.

In Brussel-Stad konden 1.557 huishoudens van deze kaart gebruikmaken, waardoor 3.211 kinderen in nood konden gevoed worden.

- ✓ 100% van het management aangeworven door de teams zelf.

- ✓ Evenwicht in het management (48% V – 52% M).
- ✓ Lancering van een sensibiliseringsdag voor diversiteit en inclusie voor alle nieuwe medewerkers.

Behalen van het CO₂-neutral®-label voor onze hoofdzetel.

Sodexo is de enige uitgever van cheques in België die dit certificaat heeft verkregen van CO2logic.



Voorwoord van Jérôme Lemouchoux



De klimaatmarsen van 2019 én het scherpere maatschappelijke bewustzijn tonen aan dat handelen voor onze planeet niet langer simpelweg een optie is, maar een noodzaak. In 2020 toonde ook het coronavirus aan hoe kwetsbaar onze maatschappij is. De sociale crisissen in haar kielzog, verhogen de urgentie eveneens. Bedrijven moeten dus hun verantwoordelijkheid nemen en politiek een belangrijke rol opnemen.

Daarom kan winst niet langer het enige doel zijn van een organisatie. Prestaties kunnen niet langer enkel gemeten worden op basis van hun winstgevendheid. Om de sociale, ecologische en economische impact van een activiteit te meten, moet voortaan ook rekening gehouden worden met andere factoren, zoals jobcreatie, sociale inclusie en recycling van het afval dat ze creëert. Winst moet met andere woorden een middel zijn om een missie te volbrengen: een verantwoord bedrijf worden.

Het volstaat daarbij niet om enkele tijdelijke, snel opgezette acties te lanceren voor het goede doel, die dan weer aan de kant worden geschoven van zodra de omzet daalt.

Een verantwoord bedrijf verandert de kern van zijn activiteit, zodat dit verantwoorde DNA op elk moment en bij elke actie herkenbaar is.

Bij Sodexo Benefits & Rewards Services ervaren we deze transformatie ook. En ook al behoort verantwoordelijkheid al van bij het prille begin tot de kern van onze missie, toch blijft het een uitdaging om dit dagdagelijks coherent en transparant te integreren in de bedrijfscultuur. Daarom herdefiniëren we onze strategie en voeren we de zoektocht naar impact door tot op het hoogste niveau van de onderneming.

Zo wordt verantwoordelijk ondernemen van bij de start geïntegreerd in elke strategische actie en actieplan.

We moeten vernieuwender en inclusiever zijn én de culturele transformatie van ons bedrijf in goede banen leiden. Daarvoor steunen we niet uitsluitend op de collectieve intelligentie van onze teams. We voegen ook vertegenwoordigers uit de brede maatschappij en de academische wereld toe, net als onze partners, klanten en specialisten in verantwoord ondernemen. Zo identificeren we wat zinvol is voor België, maar ook voor Sodexo zelf.

Via onze activiteiten – zoals dienstencheques, maaltijdcheques, ecocheques... - bereiken we één op de vier Belgische gezinnen. We meten hoe onze acties een aanzienlijke impact hebben in België, door consumenten aan te moedigen om hun koopgedrag te veranderen en hen te motiveren om de voorkeur te geven aan lokale, milieuvriendelijke producten en aan winkelen in de buurt.

Dit aangepaste koopgedrag promoten, vereist ook dat we zélf het goede voorbeeld geven op het gebied van CO2-uitstoot, aankopen, beleid, sociale inclusie... We meten hoe zinvol deze evolutie is en in welke mate ze een verenigende invloed heeft op het bedrijf – maar ook hoeveel tijd er nodig is om dit uit te werken. Bij elk klein stapje dat wordt gezet binnen deze evolutie, komt ook bijzonder veel nederigheid kijken. In dit rapport leer je elk van die kleine stappen beter kennen.

Jérôme Lemouchoux

Algemeen Directeur Sodexo Benefits & Rewards Services België

Visie-missie

Al onze acties moeten bijdragen tot de verbetering van de levenskwaliteit in België. We bieden onze medewerkers en medewerkers een gepersonaliseerde ervaring, op het werk en daarbuiten. We vertrekken steeds vanuit het menselijke en moedigen milieuvriendelijk gedrag aan, ondersteunen de lokale economie en dragen bij tot een inclusieve maatschappij.

De levenskwaliteit verbeteren: dat is al sinds 1966 onze missie – en die blijft onveranderd. De producten en diensten die we leveren, de middelen die we gebruiken, de mensen in onze teams én de gemeenschappen die we dienen blijven daarbij centraal staan, en dat binnen een ethische, verantwoorde benadering.

Onze Belgische missie en visie kregen een update in 2019. Dat gebeurde op basis van een proces van collectieve intelligentie. Zo laten we de oorspronkelijke missie van de Sodexo Groep steeds beter aansluiten bij de realiteit van de lokale context.



De inclusie van belanghebbenden

We wilden de voornaamste uitdagingen en de impact van onze Belgische activiteiten evalueren. Daarom ontmoetten we tussen augustus 2019 en september 2020 een dertigtal externe stakeholders uit 5 sectoren:

- privé (leveranciers)
- openbaar
- financieel
- academische wereld
- NGO's

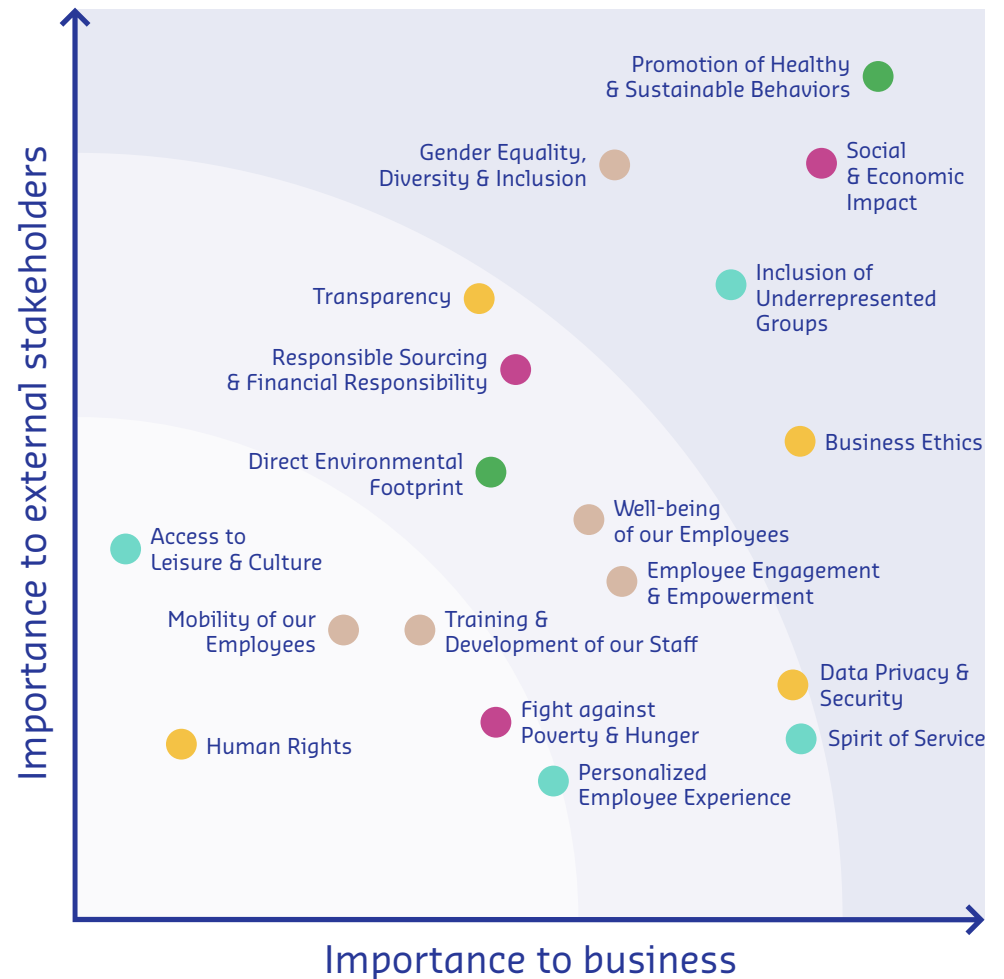
Dankzij deze bilaterale gesprekken en een online enquête, ontwikkeld in samenwerking met de internationale non-profit organisatie Business for Social Responsibility, hebben we een eerste lijst van maatschappelijke kwesties opgesteld. Die behandelden we in interactieve plenaire sessies. Aan het einde van deze samenwerking stelden we een materialiteits-

matrix op. Die zal de komende jaren de leidraad vormen voor onze bedrijfsstrategie. De matrix bestaat uit 18 thema's, door externe en interne stakeholders gerangschikt naar hun maatschappelijke impact.

Onze voornaamste uitdagingen zijn duidelijk te herkennen in de matrix. Maar andere, in eerste instantie minder tastbare kwesties, zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Mobiliteit is rechtstreeks gelinkt aan de onmiddellijke ecologische voetafdruk van onze activiteiten (zie hoofdstuk Milieu), opleidingen en ontwikkeling of welzijn op het werk aan engagement en verantwoordelijkheid (zie hoofdstukken Welzijn op het werk en Weerhouden van talent), de bestrijding van armoede en honger aan de inclusie van kwetsbare bevolkingsgroepen (zie hoofdstuk Klanten en consumenten)... Als verantwoorde onderneming hanteren we dan ook een holistische, progressieve benadering.

Materialiteitsmatrix van de activiteiten van Sodexo Benefits & Rewards Services in België

- Clients & Customers
- Environment / Health
- Governance
- Internal Workers / Talent Retention
- Communities



Onze voornaamste activiteiten in België

De activiteiten van Sodexo Benefits & Rewards Services in België worden mogelijk gemaakt vanuit de overheid, die gezinnen en bedrijven wilt ondersteunen via tal van producten, subsidies, premies en voordelen.

Dienstencheques

Hulp bij het schoonmaken, wassen of boodschappen doen? Met dienstencheques betalen particulieren eenvoudig en fiscaal voordelig voor huishoudelijke diensten. Zo krijgen gezinnen meer koopkracht en vinden ze een betere balans tussen werk en privé. Sinds hun invoering in 2003 zorgen dienstencheques ervoor dat jaarlijks ruim 160.000 werknemers – waarvan 97% vrouwen – sociale rechten kunnen opbouwen.

Bovendien leiden ze laaggeschoolde mensen naar de reguliere arbeidsmarkt, hoewel hun arbeidsomstandigheden en economische situatie nog steeds de nodige aandacht verdienen.

Ecocheques

Met ecocheques kopen werknemers en hun gezinnen eenvoudig eco-vriendelijke diensten en producten. Ledlampen, zonnepanelen, treimbewijzen, biologische voeding... De Eco Pass, de ecocheque van Sodexo, drukt de prijs van milieuvriendelijke producten en maakt ze toegankelijker. Een duurzame gedragsverandering wordt zo meteen ook financieel aantrekkelijk. Daarvan profiteert niet enkel het milieu, ook groeisectoren in de nieuwe groene economie voelen deze positieve impact.



Maaltijdcheques

Met de maaltijdcheque betalen werknemers vlot hun lunch of boodschappen. Ze zijn bedoeld voor medewerkers van bedrijven zonder bedrijfsrestaurant – voornamelijk kmo's en micro-ondernemingen. De Lunch Pass, de maaltijdcheque van Sodexo, is voor hen een eenvoudige manier om hun lunch te kopen in een lokale voedingswinkel of om te lunchen in een restaurant in de buurt.

Cheques voor bedrijven

Ook ondernemingen doen hun voordeel met verschillende cheques. Zo kunnen tienduizenden kmo's gebruik maken van overheidssteun. Willen ze internationaal uitbreiden, inzetten op digitale transformatie of permanente scholing van medewerkers? Dan kunnen zij in Vlaanderen beroep doen op de KMO-portefeuille. In Wallonië kunnen zij dan weer gebruik maken van opleidingscheques en ondernemingscheques.

Steun aan de lokale economie

De cheques worden gebruikt bij lokale handelaars en bedrijven. Ze kunnen immers enkel uitgegeven worden in België. Bovendien is hun geldigheidsduur beperkt. Zo stimuleren we aankopen die de plaatselijke economie, die volop uitgedaagd wordt door online concurrentie en aankopen net over de grens, ondersteunen.

Voorwoord van Gregory Renders



Bedrijfsstrategie en corporate responsibility: onlosmakelijk verbonden

Impact op de samenleving

Onze cheques bereikten in 2020 bijna één gezin op vier en ongeveer twee derde van de privébedrijven. Daarmee heeft Sodexo een tastbare impact op de samenleving. Een impact die ook een grote verantwoordelijkheid met zich meebrengt. En die willen we ten volle opnemen. Niet alleen in de diensten die we aanbieden, maar ook in onze ruime bedrijfsstrategie – denk maar aan bedrijfsbeheer, milieubewustzijn, maatschappelijke inclusie, welzijn op het werk, steun aan de lokale economie en een doeltreffende klantenservice.

We willen een voorbeeld zijn, om zo onze eigen positieve impact op de samenleving nog meer te versterken en om te tonen dat financieel en maatschappelijk rendement hand in hand kunnen gaan. Hoe deze ambitie vorm krijgt en in de praktijk wordt gezet, staat in dit verslag.

Corona: onze ambities

De coronapandemie bracht maatschappelijke ongelijkheid nog meer aan het licht. Meer dan ooit beseften we dat een duurzaam en mensgericht beleid moet primeren op snelle winst. Die vaststelling geeft zuurstof aan onze ambities en visie. Ze versterkt onze motivatie om ondernemers en hun medewerkers mee te nemen in een nieuw verhaal.

Corporate responsibility: verankerd in het strategisch plan

De ambities in dit verslag maken deel uit van ons strategisch plan. Zowel onze medewerkers als onze directie hebben hier hun schouders onder gezet. 5 Business Owners leidden het traject in goede banen: Véronique Thoa (klanten & consumenten), Tonia Gaggini (welzijn op het werk & behouden van talent), Jonathan Gillyns (lokale gemeenschappen), Thomas Vanhuyneghem (milieu) en Jérôme Lemouchoux (bestuur). We zijn er trots op dat al onze medewerkers elk hun eigen rol hebben gespeeld in het verankeren van onze maatschappelijke verantwoordelijkheid in onze bedrijfsstrategie. We maakten het tastbaar, door de cruciale pijlers van onze transformatie naar een organisatie met positieve impact te identificeren volgens de B-Corp standaard.

Corporate Responsibility is immers geen bijzaak, het is de drijvende kracht achter onze strategie. Die verantwoordelijkheid dragen we allemaal samen, alle medewerkers op elk niveau binnen het bedrijf.

Draagvlak bij medewerkers en stakeholders

Onze Corporate Responsibility-doelen zijn verbonden aan financiële doelen – het ene kan niet zonder het andere. Op die manier creëren we een draagvlak bij onze medewerkers en stakeholders. Maatschappelijk rendement en financieel rendement zijn geen tegenpolen: ze gaan hand in hand.



Monitoring

Dit strategisch plan geeft de volgende vijf jaar de richting van het bedrijf aan. We monitoren de voortgang ervan non-stop en leggen de resultaten voor aan een panel van externe stakeholders. De frisse blik van deze buitenstaanders stelt verworven zekerheden in vraag en levert vernieuwende aanbevelingen op. We zijn hen bijzonder dankbaar voor hun hulp en inbreng bij het verrijken van onze visie.

Hun evoluerende, kritische verwachtingen en participerende rol werken inspirerend. Ze houden ons op koers richting een nieuwe, menselijke vorm van kapitalisme, die streeft naar economische ontwikkeling met een positieve impact op de wereld rondom.

Wanneer de Raad van Bestuur de conclusies van hun verslag analyseert, zal de inbreng van alle betrokken partijen nauwgezet bestudeerd worden.

De huidige stand van zaken

Het klinkt allemaal mooi, maar dit rapport is niet enkel een goednieuwsshow of een handvol goede voornemens. Dit document is een tussentijdse balans die duidelijk maakt waar we staan. En dat tonen we zonder omwegen, glashelder en in alle transparantie. Het vertelt over de weg die we al hebben afgelegd – maar ook over de weg die nog voor ons ligt. Het is een routeplan dat ons helpt om doelgericht in de juiste richting te bewegen.

Elk hoofdstuk begint met een aantal sleutelindicatoren. Bij elke indicator hoort een uitdaging uit de materialiteitsmatrix. Omdat dit de eerste editie is, zijn nog niet alle indicatoren opgenomen – die volgen in de toekomstige edities van dit verslag. Sommige indicatoren meten we dan weer voor het eerst, waardoor er nog geen vergelijkingspunten beschikbaar zijn. Als referentie geven we ook de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (of SDG's – Sustainable Development Goals) van de Verenigde Naties mee.

Gemengde balans

Dit verslag is opgedeeld in vijf hoofdstukken, volgens de categorieën van de B-Corp standaard :

- 01** Klanten & consumenten
- 02** Welzijn op het werk & behouden van talent
- 03** Lokale gemeenschappen
- 04** Milieu
- 05** Bestuur

Wanneer we inzoomen op Corporate Responsibility, zien we bij Sodexo een aantal positieve punten. Denk maar aan de rol van vrouwen binnen het management van het bedrijf, het belang van collectieve intelligentie in het beslissingsproces of het behalen van het certificaat voor een CO₂-neutrale hoofdzetel.

Er zijn echter nog een aantal belangrijke werkpunten. We willen bijvoorbeeld de invloed van bepaalde elementen doorgronden – en dat is een uitdaging. Zo leveren we grote inspanningen om een gezonde, duurzame levenswijze te promoten via onze diensten. Om te kunnen meten wat de precieze impact daarvan is, zijn we echter afhankelijk van gegevens waar we geen toegang toe hebben. Maar zelfs zonder precieze cijfers over het aankoopgedrag van consumenten, blijven we onze gebruikers aanmoedigen om lokaal, duurzaam en gezond te winkelen.



Daarnaast is het ook niet zo eenvoudig om inclusie en diversiteit binnen Sodexo te meten. Eenduidige parameters zoals leeftijd en geslacht zijn eenvoudig te analyseren, maar als gaat om het meten van de invloed van parameters uit het privéleven - zoals een beperking, seksuele geaardheid of afkomst - is dat minder evident. Sodexo gaat partnerships aan met gespecialiseerde organisaties en overheden, om de aanwerving en inclusie van specifieke doelgroepen te bevorderen. We organiseren ook sensibiliseringsmomenten en praatgroepen rond diversiteit en inclusie, om de integratie binnen de teams én het bedrijf te bevorderen.

Ik hoop dat dit rapport je duidelijkheid brengt over onze missie en inspanningen. Aarzel niet om ons je opmerkingen – de positieve én de negatieve – te bezorgen en je aanmoedigen of aanbevelingen met ons te delen.

Met vriendelijke groeten,

Greg Renders








Corporate Responsibility
Manager

01 Klanten & consumenten

Bij het ontwikkelen en de verdere evolutie van onze producten, zetten we onze klanten en gebruikers steeds centraal. Wanneer we een nieuwe oplossing lanceren, verkennen we in eerste instantie hún noden en verwachtingen.

Dat doen we met behulp van panels van gebruikers, klanten en handelaars. We beoordelen onze oplossingen aan de hand van terugkerende bevestigingen en meten de tevredenheid van gebruikers op basis van hun interactie met onze callcenters – zowel kwalitatief als kwantitatief.



Uitdaging	Sleutelindicator	Ambitie 2025	Resultaat 2020
 Spirit of Service 	Net Promoter Score	Wordt gedefinieerd	40
	Interactie met de klantendienst	-20%	1,35 interacties per end-user
 Gepersonaliseerde beleving voor gebruikers 	% actieve gebruikers van Sodexo4You	80%	61%
	Rating van de mobiele app Sodexo4You	4.2	2.5
 Inclusie kwetsbare groepen   	% gezinnen met persoon met een beperking die dienstencheques gebruiken	Wordt gedefinieerd	Niet gemeten
	% begunstigen maaltijdcheques en ecocheques onder het mediaanloon	Wordt gedefinieerd	Niet gemeten

Spirit of Service

De Net Promoter Score (NPS) van een bedrijf publiceren: het blijft ongebruikelijk. Maar omdat we in dit rapport volledig transparant willen zijn, is er geen reden om deze indicator niet te tonen. Meer nog: als deze indicator ons aanmaant om méér te doen, dan verwelkomen we dat. Een bedrijf leeft immers voor en door zijn klanten. Spirit of Service, Spirit of Progress en Team Spirit zijn dan ook de kernwaarden van Sodexo.

Precies daarom integreerden we de Net Promoter Score in de collectieve bedrijfsdoelstellingen. Het vormt een cruciaal element in de jaarlijkse bonusberekening van alle Sodexo-medewerkers en stelt hen in staat om – ieder op zijn of haar eigen niveau – te streven naar een nog hogere klanttevredenheid.

Vandaag behalen we een Net Promoter Score van 40 bij onze klanten. Maar we leggen de lat nog hoger. Zo breiden we de in de NPS opgenomen activiteiten uit naar al onze services. We benutten het komende jaar om een globale ambitie rond deze indicator vast te leggen.

Het Customer Experience (CX) departement concentreert zich op de top 3 vragen die binnenkomen bij onze callcenters. Dit helpt ons niet alleen om te onderzoeken welke oorzaken aan de basis liggen van die vragen, maar daar ook structurele oplossingen voor te vinden. Vervolgens breiden we uit naar de 10 belangrijkste vragen. Zo willen we tegen 2025 zorgen voor 20% minder inkomende interacties met onze callcenters.



Gepersonaliseerde beleving voor gebruikers

One-size-fits-all-oplossingen? Die zijn niet meer van deze tijd. Klantverwachtingen evolueren en worden alsmaar individueler en diverser. Sodexo moet dan ook een gepersonaliseerde ervaring kunnen bieden. Precies daarom werken we voortdurend verder aan het Sodexo4You-platform. Dit helpt gebruikers te kiezen voor gezonde, duurzame aankoopgewoonten die écht bij hen passen – via het kanaal van hun keuze (mobiele app, website, e-mail), op maat van hun profiel. Reeds 61% van onze gebruikers vond de weg naar het platform. Uiteindelijk willen we 80%

van ons bestand overtuigen om Sodexo4You te gebruiken. Zo kunnen we de impact van onze communicatie rond ecologisch verantwoord consumeren vergroten – en meebouwen aan een duurzamere wereld.

We werken volgens de Mobile First-filosofie en zetten de mobiele Sodexo4You-app centraal in de klantbeleving van onze gebruikers. Op dit moment behalen we een score van 2.5 in de App Store – hoger dan die van onze concurrenten – maar we willen nog beter doen. We beogen een score van 4.2. Dat is ambitieus, maar als we een

optimale en personaliseerde digitale ervaring willen bieden aan onze gebruikers om hen zo te begeleiden naar een meer eco-vriendelijk gedrag, is het belangrijk om even goed te scoren als de beste digitale spelers op de markt.





Inclusie kwetsbare groepen

De inclusie van kwetsbare groepen behoort tot de top 5 van grootste uitdagingen. Daarom willen we met onze diensten een meer inclusieve samenleving promoten. Onze producten en diensten moeten daarom in de eerste plaats ook de meest kwetsbare groepen bereiken. Samen met overheden en de academische wereld analyseren we in hoeverre deze groepen toegang hebben tot onze oplossingen. Die bevindingen kunnen we delen met federale en gewestelijke instanties. Zo kunnen zij nog beter inschatten hoe belangrijk een democratische, laagdrempelige toegang tot onze producten en diensten is voor deze specifieke, prioritaire doelgroepen.



Verwezenlijkingen in 2020

Gebruiksvriendelijkere dienstencheques

Samen met de gewesten lanceerde Sodexo een volledig nieuwe klantenervaring met nieuwe platformen voor zowel eindgebruikers als agentschappen die werken met dienstencheques. We introduceerden bovendien ook twee nieuwe mobiele apps: een voor dienstenchequegebruikers en een voor huishoudhulpen. Gebruikers hebben via de mobiele app gratis toegang tot al hun diensten – denk maar aan het raadple-

gen van fiscale attesten, of het indienen van aanvragen om cheques in te wisselen of terug te betalen. Het aanbieden van een feilloze gebruikerservaring liep als een rode draad doorheen het proces, van concept tot ontwikkeling – een toonbeeld van de Mobile First-filosofie. Daarnaast integreerden Pootsy, KBC en Belfius het beheer van dienstenchequerekeningen in hun mobiele apps. Het ecosysteem dat we ontwikkelden en verfijnden helpt dus ook andere spelers om de klantervaring binnen hun eigen tools tastbaar te verbeteren.

Sodexo, nóg meer 4 You

Dankzij een update van de mobiele app van het Sodexo4You-platform, kunnen gebruikers van maaltijdcheques, ecocheques en cadeaucheques

nu ook de geldigheidsdatum van hun elektronische cheques raadplegen. De app biedt hen ook een aantal slimme tips en vergroot de zichtbaarheid van lokale handelaars. Zo beperken we het risico dat cheques vervallen voor ze gebruikt kunnen worden en helpen we gebruikers op weg om ecologisch en verantwoord te consumeren, met een positieve impact op de lokale economie.

De juiste hulp, vanaf de eerste oproep

We willen met onze klantendienst voluit inzetten op “first-call resolution” – het bieden van de juiste hulp, bij de eerste oproep. Daarom startte onze klantendienst met het SoCare-transformatieprogramma, dat dit jaar onder andere een nieuwe integratie van dossierbeheertools zal voortbrengen.













02 Welzijn op het werk & behouden van talent

Welzijn op het werk en het behouden van talent zijn al sinds de oprichting van Sodexo onze kracht. Expertise en ervaring op het terrein is cruciaal binnen ons bedrijf.

We richten ons bij het verwerven en ontwikkelen van skills en knowhow op de lange termijn.



Uitdaging	Sleutelindicator	Ambitie 2025	Resultaat 2020
 Welzijn op het werk  	Tevredenheidsscore (eNPS)	30	Niet gemeten
	Welzijnsindicator	90%	Niet gemeten
 Gendergelijkheid, diversiteit en inclusie  	Evenwichtige genderverdeling in het management	Pariteit	 48% V - 52% M
	Loonkloof tussen mannen en vrouwen	Geen loonkloof	8,1%
 Engagement en responsabilisering 	% interne promoties (versus externe aanwervingen)	40-60	 43%
	Graad van autonomie van de medewerkers	90%	Niet gemeten



Welzijn op het werk

Om de tevredenheid, het welzijn en het engagement van al onze medewerkers wereldwijd te meten, introduceerde de Sodexo-groep recent een nieuw instrument. Dat werkt in combinatie met onze al bestaande processen voor permanente evaluatie en ontwikkeling. We kunnen de eerste resultaten in de loop van dit jaar analyseren. Meetinstrumenten alléén zijn echter nooit voldoende om het welzijn van onze medewerkers te bevorderen. Daarom staan we klaar voor onze mensen wanneer ze onze hulp nodig hebben. Zo bieden we hen gerichte psychologische, juridische en familiale steun. Net zoals vele ondernemingen beschikken we over een Comité voor Preventie en Bescherming op het Werk. Maar we

richtten we ook onze eigen preventiecel op. Deze houdt zich zowel bezig met ergonomie op het werk als met preventie rond psychosociaal welzijn en arbeidsongevallen.

Alle teams leggen de focus op psychosociaal welzijn én kunnen een beroep doen op welzijns- en gezondheidsprogramma's – zowel op het werk als daarbuiten. Onze medewerkers tekenen ook in op een hospitalisatieverzekering én een levensverzekering, die verbonden is aan de groepsverzekering. Daarnaast gaan we via een intern programma conflicten, stalking, pesterijen, intimidatie en ongepast gedrag ten aanzien van medewerkers tegen – ongeacht of dit op of buiten de werkvloer plaatsvindt.



Engagement en responsabilisering

In elk bedrijf leeft een wisselwerking tussen arbeid en kapitaal – ofwel: tussen onze aandeelhouders en medewerkers. De gedreven talenten die elke dag het beste van zichzelf geven voor onze klanten, gebruikers, handelaars én collega's moeten zo breed mogelijk kunnen bijdragen aan het beslissingsproces. Daarom mikt Sodexo sinds twee jaar op het integreren van collectieve intelligentie in zijn bedrijfsvoering. Al onze managers worden gerekruteerd via een 360°-proces. Zij – én onze directiecomitéleden – worden bovendien continu geëvalueerd. De stem van het team krijgt een prominente plaats, zowel bij de selectie, de aanwerving en de evaluatie van managers. Zo versterken we de legitimiteit van onze teamleiders. De teams nemen deel aan de manier waarop beslissingen worden genomen én geven hun inbreng bij de strategische planning

en prioriteiten van het bedrijf. Ze werken volledig autonoom op basis van collectief afgesproken prioriteiten.

Het directiecomité staat borg voor de missie, de waarden en de strategische keuzes van het bedrijf. Daarnaast stimuleert het de samenwerking tussen verschillende afdelingen, zodat die de dienstverlening kunnen bieden die klanten, handelaars, consumenten én medewerkers verwachten. Tenslotte draagt het bij tot de realisatie van onze missie door een optimaal evenwicht tussen zorg voor medewerkers en resultaatgerichtheid te verzekeren.

De frisse blik van nieuwe medewerkers en externe partijen verrijkt een organisatie. Wanneer medewerkers hun vaardigheden kunnen ontwikkelen doorheen hun carrière, wordt het bedrijf daar zelf ook beter van. Sodexo wil die verantwoor-

delijkheid opnemen: door interne kennis en de bedrijfscultuur gericht over te dragen, talent te behouden en ervoor te zorgen dat medewerkers zich voluit kunnen ontplooien in hun job. In 2020 werd maar liefst 43% van de nieuwe vacatures ingevuld met interne promoties. We streven naar een optimaal evenwicht tussen interne promoties – die vaak jarenlang voorbereid worden aan de hand van persoonlijke ontwikkelingsplannen – en externe aanwervingen. Die zorgen voor een injectie van nieuwe expertise én een groeiende diversiteit binnen teams.

Gendergelijkheid, diversiteit en inclusie

We willen al onze medewerkers gelijk behandelen. Daarom maken we geen onderscheid tussen voltijdse en deeltijdse contracten als het aankomt op lonen, extralegale vakantie, bijdrage in het beslissingsproces of deelname aan opleidingen. Beslist een werknemer om minder te gaan werken? Dan blijven alle voordelen voor hem of haar beschikbaar. Al onze medewerkers worden aangenomen met een contract van onbepaalde duur – ook stagiairs die na hun stage in dienst komen. De reden daarvoor is eenvoudig: we geloven dat teamgeest, vertrouwen en professionele relaties tussen mensen de ruimte moeten krijgen om te groeien op lange termijn.

We stellen diversiteit en inclusie centraal. Daarom sensibiliseren we alle medewerkers rond deze thema's. Dat doen we via groepsworkshops die een essentieel onderdeel zijn van het onthaalprogramma voor nieuwe medewerkers. De Sodexo-groep engageert zich om tegen 2025 volledige genderpariteit te bereiken in zijn bestuursorganen. In België is dit trouwens al een feit: 48% van al onze managers zijn vrouwen.





De loonkloof tussen mannen en vrouwen is de volgende uitdaging. Dit complexe, veelzijdige onderwerp is een belangrijk werkpunt, zeker in een context van vrije contractonderhandelingen. We stellen met pijn in het hart vast dat er bij Sodexo een gemiddelde loonkloof bestaat van 8,1%. Een bedrijf dat gendergelijkheid beschouwt als onderdeel van zijn bedrijfsvoering, kan zich hier niet bij neerleggen. Deze problematiek is bijzonder confronterend, zeker wanneer men weet dat het Franse moederbedrijf – de grootste Franse werkgever ter wereld – geleid wordt door een vrouw én dat de Raad van Bestuur van de Groep voor 60% uit vrouwen bestaat.

Statbel leert ons dat deze interne kloof kleiner is dan het Europese gemiddelde (14,8%), maar hoger ligt dan het Belgische gemiddelde (6%). We zien wel dat de kloof krimpt naargelang de carrière vordert. Ze bedraagt 6,5% bij kaderle-

den en 5,1% bij de leden van het directiecomité. Maar we kunnen er niet omheen: dit vraagt om grondige evaluatie- en controleprocedures. Alleen zo kunnen we de kloof verkleinen, en dit in samenwerking met alle managers. Sinds 2016 beoordelen we al onze functies volgens een benchmark van dienstverlenende bedrijven. Op basis hiervan sturen we de verschillen geleidelijk bij, in functie van jaarlijkse loonevaluaties. Dit instrument moet uiteindelijk helpen om de kloof systematisch weg te werken, ongeacht het geslacht van de persoon die de job uitoefent. We gaan vanaf dit jaar ook een samenwerking aan met het Instituut voor de Gelijkheid van Vrouwen en Mannen én het Brusselse Observatorium voor Werkgelegenheid. Zo willen we helder in kaart brengen welke acties we kunnen ondernemen om definitief komaf te maken met deze historische ongelijkheid.

Verwezenlijkingen 2020

De coronacrisis: meer weerbaarheid dankzij autonomere teams

Door in te zetten op collectieve intelligentie, onderging het bedrijf de voorbije twee jaar een diepgaande transformatie. Daarin speelt de autonomie van onze teams een steeds grotere rol. Niemand kon voorspellen dat onze transformatie omwille van de coronacrisis van de ene dag op de andere zo intensief op de proef zou worden gesteld. En dat een nieuwe manier van werken zo snel én bruusk geïmplementeerd zou moeten worden.

In de twee weken voordat de Nationale Veiligheidsraad een volledige lockdown afkondigde, testten we verschillende scenario's uit – waaronder volledig thuiswerken. Daaruit bleek dat we bijzonder veerkrachtig konden schakelen, zowel op juridisch, commercieel als technologisch niveau. Van bij het begin van de lockdown luisterden we naar onze werknemers. We checkten of ze over alles beschikten om die periode vlot door te komen. Alle teams werden grondig begeleid en opgevolgd doorheen de crisisperiode. Ze konden rekenen op praktische en financiële steun.

Een nieuwe verhouding met werk en mobiliteit

Zo vonden Sodexo en haar medewerkers vrij vlot een nieuwe verhouding met werk en mobiliteit. Die definieerden we in een intern mission statement:

« Ik krijg het vertrouwen om te werken waar ik wil, met aangepaste middelen en met het oog op het collectieve belang. De hoofdzetel is een gastvrije plek, die de filosofie van Sodexo ademt. Ik ga ernaartoe om mijn collega's te zien én om me een deel van het bedrijf te voelen. Het is een waardevolle plek om samen te werken. »



Deze nieuwe visie op de fysieke werkplek kwam in een stroomversnelling door de gezondheids crisis, maar was niet mogelijk geweest zonder de transformatie die we eerder al in beweging zetten. Vandaag wil bijna 90% van onze mensen minstens halftijds vanop afstand werken. Daarom richtten we een werkgroep op die deze nieuwe, interne missie aanpakt en ervoor zorgt dat elke medewerker zich ten volle kan ontplooiën – op maat van zijn of haar mobiliteitsbehoeften, gezinssituatie en werkplek.

Evenwaardige focus op mensen met een beperking

Eén persoon op zeven leeft met een zichtbare of onzichtbare beperking. Deze werkelijkheid moet dan ook een plaats krijgen in een inclusieve visie op werk. De HR-teams van Sodexo namen daarom deel aan een opleiding van vzw Diversicom. Die focust

op een HR-beleid met aandacht voor mensen met een beperking. Vanaf dit jaar breiden we de samenwerking uit. Via een partnerschap met Diversicom verwelkomen we vanaf dit jaar op een aangepaste manier nieuwe medewerkers met een beperking in onze teams.

Diversiteit en inclusie in het onthaalprogramma

Wanneer nieuwe medewerkers starten, nemen zij deel aan het onthaalprogramma. Dat geeft hen alle kansen om vlot te integreren in de nieuwe werkomgeving, de nieuwe teams en het bedrijf. Nu de focus nog meer ligt op thuiswerk, wordt deze aanpak enkel nog belangrijker. We willen de samenhang binnen Sodexo continu blijven versterken. Daarom organiseren we meerdere keren per jaar een speciale dag rond diversiteit en inclusie voor onze nieuwkomers.

We willen elk individu, met zijn eigenheid, een plek geven binnen onze organisatie. Er is ruimte voor de mening van elke medewerker. En die moet hij of zij op een respectvolle manier kunnen uiten in een omgeving waarin vooroordelen nooit leiden tot discriminatie of privileges. Sensibiliseren rond inclusie is voor ons essentieel. Diversiteit en inclusie gaan immers hand in hand. Op het einde van 2020 hebben al onze medewerkers deelgenomen aan deze inclusiedagen. Gedurende deze dagen kunnen alle meningen geuit worden, niet-beperkt door politieke correctheid of censuur. Onze collega's wisselen visies uit in een sfeer van ontmoeting, openheid en respect voor het anders zijn.

Womens' Empowerment Principles

Al van bij de oprichting van Sodexo hechten we veel belang aan een di-



verse werkvloer én aan de gelijkheid tussen mannen en vrouwen. Algemeen Directeur Jérôme Lemouchoux bracht dit engagement nogmaals onder de aandacht door de Womens' Empowerment Principles (WEP) van de Verenigde Naties te ondertekenen. Het uitgangspunt is eenvoudig: hoe beter vrouwen vertegenwoordigd zijn en erkend worden op alle niveaus van een organisatie, hoe meer impact ze zullen hebben op de culturele codes van het bedrijf.

Belangrijke cijfers in 2020



29
aantal opvolgingsplannen



12%
turnover



28
aantal aanwervingen



23
gemiddeld aantal uren opleiding per medewerker



13
aantal nationaliteiten



100%
van de werknemers profiteert van een loopbaanbeoordeling en ondersteuningsplan











0
aantal beroepsziekten

03 Lokale Gemeenschappen

Een bedrijf dat zijn verantwoordelijkheid opneemt, investeert in zijn omgeving. Niet alleen via de aanwerving van lokale medewerkers, maar ook door investeringen in zijn aankoopketen en via initiatieven om de lokale economie en kwetsbare bevolkingsgroepen te ondersteunen.



Uitdaging	Sleutelindicator	Ambitie 2025	Resultaat 2020
 Lokale sociaal-economische impact     	% uitgaven in kleine ondernemingen	50%	38%
	% uitgaven in handelszaken met positieve impact	Wordt gedefinieerd	Niet gemeten
 Verantwoorde bevoorrading en financiële verantwoordelijkheid   	Naleven betalingstermijnen	100%	Niet gemeten
	% uitgaven bij op CSR beoordeelde onderaannemers	90%	Niet gemeten



Lokale sociaal-economische impact

Onze producten en diensten – Eco Pass, Lunch Pass, Cadeau Pass, Sport & Culture Pass – worden toegekend aan bijna 1,4 miljoen werknemers, die deze dagelijks gebruiken voor hun aankopen bij Belgische handelszaken. Hierdoor hebben we een tastbare economische impact. Het is ons doel om meer dan de helft van die som te laten terugvloeien naar kleine handelszaken. Dat doen we door te investeren in initiatieven die de betrokken handelaars ondersteunen en door gebruikers aan te moedigen om hun cheques bij hen uit te geven.

Daarnaast zullen we ook onze eigen duurzaamheidsindex uitwerken. Zo willen we handelszaken steunen op basis van concrete duurzaamheidscriteria. Ondernemingen met een positieve duurzaamheidsscore worden zo een nieuwe parameter om de impact van Sodexo-diensten en -producten te meten. In samenwerking met alle betrokkenen zullen we hieraan ook doelen verbinden.





Verantwoorde bevoorrading en financiële verantwoordelijkheid

We willen ook onze verantwoordelijkheid nemen ten opzichte van onze partners, en met name onze leveranciers en ons uitgebreide netwerk aan handelaars. Zeker nu zij door de coronacrisis geconfronteerd worden met financiële uitdagingen. Sodexo betaalt zijn leveranciers binnen de 30 dagen na het einde van de maand. We willen echter evolueren naar nog kortere betalingstermijnen voor de kmo's en starters onder onze leveranciers. Het betalen van subsidies en bijdragen in het kader van gewestelijke ondersteunende bedrijfsprogramma's gebeurt uiteraard overeenkomstig de voorwaarden in het lastenboek. De betalingen aan de handelaars gebeuren binnen

de twee werkdagen (elektronische cheques) of binnen de tien tot vijftien werkdagen (papieren cheques). We engageren ons om al onze betalingstermijnen correct te respecteren – en stellen alles in het werk om die termijnen in te korten waar mogelijk.

Sodexo doet voor een deel van zijn activiteiten beroep op gespecialiseerde bedrijven – meer bepaald voor de productie en het beheer van papieren cheques en betaalkaarten, maar ook voor een deel van de klantendienst. Uiteraard nemen we ook hier ten volle onze maatschappelijke verantwoordelijkheid op. Zo verbinden we ons ertoe om 90% van onze uitgaven te doen bij be-

drijven die zich inspinnen op sociaal én ecologisch vlak. Deze onderaannemers worden hierop ook vooraf beoordeeld.

Sodexo is dan wel een multinationale onderneming, toch zetten we sterk in op lokale verankering. En dat betekent het inschakelen van lokale leveranciers. Binnen Sodexo gaat maar liefst 89% van de uitgaven voor onderaanneming naar in België gevestigde leveranciers.

Verwezenlijkingen 2020

Noodvoedselhulp

Toen de coronacrisis losbarstte, moesten veel diensten voor voedselhulp wegens gezondheidsredenen hun deuren sluiten. De federale regering maakte daarop middelen vrij om die broodnodige hulp te vervangen. Sodexo speelde hier vlot op in en bood de Belgische OCMW's gratis haar diensten aan. In Brussel-Stad ontvingen bijvoorbeeld 1.557 gezinnen uitzonderlijk een Sodexo Card, waardoor 3.211 kinderen toegang kregen tot noodvoedselhulp. Met deze actie willen we de bestaande diensten voor voedselhulp aanvullen – niet vervangen. Zo willen we kwetsbare gezinnen helpen om in hun levensonderhoud te voorzien. Deze Sodexo Card werkte op exact dezelfde manier als elektronische maaltijdcheques. Hierdoor konden kwetsbare gezinnen vlot hun inkopen doen in de

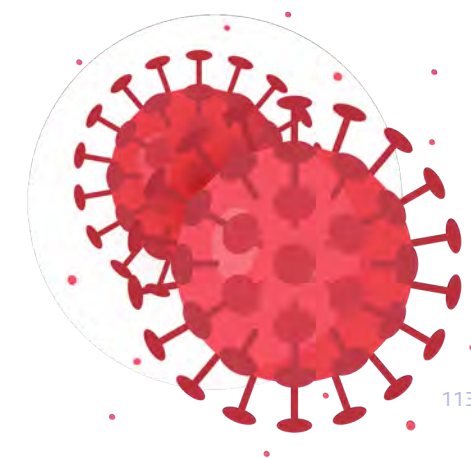
voedingswinkel van hun keuze – ook lokale winkels. Door de ondersteuning op deze manier te organiseren, dragen we bij tot maatschappelijke inclusie zonder stigmatisering.

Solidariteit tijdens de COVID-19-crisis

Voor de ondersteuning van kmo's en handelszaken die het hardst getroffen werden door de impact van de coronacrisis, maakte de Waalse regering 518 miljoen vrij. Om deze bedrijven te helpen, bood Sodexo, in samenwerking met de Waalse overheid, haar teams en expertise gratis aan. Zo konden ze vrijuit beroep doen op onze ervaring met subsidiesystemen voor ondernemingen én het stimuleren van de lokale handel. Deze samenwerking toont nog maar eens de kracht aan van een hecht partnership tussen de overheid en privébedrijven – zeker in crisis-

situaties. In totaal ontvingen meer dan 60.000 bedrijven door deze bijdrage van Sodexo een subsidie van 5.000 of 2.500 euro in het kader van dit ondersteuningsplan.

Gedurende de eerste golf van de coronacrisis moesten tal van handelszaken noodgedwongen de deuren sluiten. In die twee maanden nam Sodexo alle vaste kosten voor haar diensten op zich zodat de handelaars die op ons vertrouwen zich niet om die facturen hoefden te bekommeren.



Dienstencheques tijdens de COVID-19-crisis

Om de impact van de coronacrisis te verzachten, ontwikkelde Sodexo op vraag van de drie bevoegde overheden enkele specifieke maatregelen. Zo zetten we onder meer een proces op touw om extra subsidies voor erkende ondernemingen en huishoudhulpen uit te betalen, op regelmatige tijdstippen en gedurende een verlengde periode. De ondernemingen werden hierbij nauwkeurig ondersteund door onze teams, die ervoor zorgden dat de uitbetalingen vlot verliepen. Deze inspanning leverden we zoveel mogelijk gratis, om de overheden én de sector maximaal te ontzien tijdens deze moeilijke periode.

(Uit)Geven in mijn buurt!

Vanuit zijn visie ondersteunt Sodexo niet enkel de lokale handel, maar zet het zich ook in voor de strijd tegen honger.

Zo engageerden we ons om per transactie bij een buurtwinkel of handelaar twee eurocent te storten aan de Federatie van Belgische Voedselbanken. In totaal werd 55.656,08 euro gestort via de Stop Hunger Stichting. Door lokaal te winkelen steunden onze gebruikers zo niet alleen hun lokale winkeliers, maar ook de kwetsbare gezinnen in onze samenleving.



Circulaire economie, kern van de economische transitie

Sodexo wil spelers die actief zijn binnen de opkomende circulaire economie gericht ondersteunen. Dat doen we via een partnerschap met de circulaire economiecluster CircleMade. Via een pilootproject stimuleren we ecologisch verantwoorde consumptie én de ondersteuning van circulair ondernemerschap in Brussel. Hierna zetten we het project verder voor de rest van het land.

Jammer genoeg stak de coronacrisis tijdelijk een stokje voor de verdere uitrol van dit project. Maar we blijven deze handelszaken promoten en hun diensten in de verf zetten bij ecocheque-gebruikers.

Sodexo-vrijwilligers in de strijd tegen honger

De Stop Hunger Stichting van Sodexo lanceert een vrijwilligersplatform dat medewerkers in contact brengt met verenigingen die strijden tegen armoede. We engageren ons om onze 470.000 medewerkers elk de kans te geven om één dag per jaar als vrijwilliger aan de slag te gaan. Dat doen ze in organisaties die strijden tegen honger of een rol spelen in het versterken van de positie van de vrouw. In België leidde dat al tot een project in samenwerking met Dokters van de Wereld. Welke projecten in aanmerking komen en uiteindelijk worden ondersteund, wordt beslist in samenspraak met medewerkers en stakeholders.







04 Milieu

In een dienstverlenend bedrijf is de ecologische voetafdruk vanzelfsprekend lager (4,46tCO₂/VTE in 2019) dan in zware industriële bedrijven of de transportsector. Toch moet ook in deze sector elk bedrijf zijn verantwoordelijkheid nemen en bijdragen aan oplossingen die de klimaatproblematiek tegengaan.

Daarom heeft Sodexo accuraat zijn uitstoot van broeikasgassen gemeten én een plan opgesteld om die uitstoot aanzienlijk te verminderen.



Uitdaging	Sleutelindicator	Ambitie 2025	Resultaat 2020
 Rechtstreekse milieuafdruk 	CO ₂ /VTE uitstoot	-50% vs. 2019	4,46 tCO ₂ (2019)
	% elektronische cheques	100%	74%
	Volume uitgaande post	Wordt gedefinieerd	Niet gemeten
 Promotie gezonde en duurzame levenswijzen 	Percentage gebruikers bereikt door boodschappen over duurzame communicatie	80% van de gebruikers	55%

Rechtstreekse milieudruk

De Belgische Sodexo-hoofdzetel is sinds dit jaar CO₂-neutraal gecertificeerd door CO₂Logic. We zijn daarmee meteen de enige uitgever van cheques die dit certificaat heeft behaald. CO₂-neutraliteit is echter geen eindpunt. Integendeel, het is net het startpunt van onze ambities. Ons plan wil de uitstoot van broeikasgassen binnen het bedrijf terugdringen met 50% ten opzichte van 2019. Tegen 2030 moet dat cijfer zelfs teruglopen met 70%.

Er zijn twee bepalende factoren verantwoordelijk voor de uitstoot van broeikasgassen: de mobiliteit van onze medewerkers en de productie, het transport en het beheer van papieren cheques. Ons nieuw strategisch mobiliteitsplan

focus zich daarom op het beperken van verplaatsingen, het kiezen van alternatieve vervoersmiddelen en het optimaliseren van het energiprofiel van onze bedrijfswagens. Daarnaast bieden we ook systematisch een mobiliteitsbudget aan nieuwe medewerkers die daarvoor in aanmerking komen.

Uit de cijfers rond de ecologische impact van de productie, het beheer en het transport van papieren dienstencheques blijkt dat deze per uitgegeven euro maar liefst... 800 keer groter is dan die van elektronische cheques. Hoewel we als enige uitgever in België 100% recycleerbare én 100% lokaal geproduceerde cheques uitgeven, besloten we daarom om vanaf dit jaar de pro-

ductie van papieren ecocheques stop te zetten. Het digitaliseren van de cheques is niet alleen voordelig voor het milieu, maar ook voor de gebruikers. Dankzij digitale tools waarmee herinneringen verstuurd worden en die een helder overzicht geven van het beschikbare saldo, kunnen gebruikers hun cheques niet meer vergeten of verliezen. Bovendien stijgen dankzij digitalisering en herinneringen aan de gebruikers ook de reële bedragen die in circulatie zijn, wat een goede zaak is voor de handelaars.

Om een idee te geven: van de 141 miljoen dienstcheques die in 2019 werden uitgegeven, waren er 55 miljoen papieren cheques. Die vertegenwoordigen meteen het grootste volume aan papieren cheques. Meer dan 60% van de dienstcheques wordt vandaag al elektronisch uitgegeven – een verdubbeling ten opzichte van drie jaar geleden. We blijven de aangesloten agentschappen (die werken met dienstcheques), gebruikers en huishoudhulpen aanmoedigen om over te schakelen op elektronische cheques. Toch moeten we blijven rekening houden met de digitale kloof, die er nog steeds is. Er blijven mensen voor wie papieren cheques de enige mogelijkheid lijken.

Daarom werken we intensief samen met de verantwoordelijke diensten in elk Gewest om een inclusieve overgang naar elektronische cheques mogelijk te maken. Tegen 2025 zouden al onze diensten en producten volledig gedigitaliseerd moeten zijn.

Een gevolg van de digitalisering van onze activiteiten, is het analyseren van onze uitgaande post – zoals fiscale attesten, brochures, welkomstbrieven voor nieuwe gebruikers... Fiscale attesten werden ook dit jaar al volledig digitaal verstuurd. Ons doel is om alle papieren communicatie af te schaffen als die niet strikt noodzakelijk is. We waken er op hetzelfde moment wel over dat we de digitale kloof niet vergroten.





Promotie gezonde en duurzame levenswijzen

Via de digitale communicatiekanalen kunnen we ook makkelijker en meer communiceren rond handelszaken met een positieve impact (zie hoofdstuk Lokale Gemeenschappen). Zo verbeteren we de impact van onze gebruikers op de ontwikkeling van een duurzame economie. In 2020 gaf Sodexo 708.000 gebruikers (55% van onze gebruikers) advies over duurzamere, gezondere levenskeuzes. Tegen 2025 willen we dat cijfer opkrikken naar 80%.

Verwezenlijkingen 2020



Mobiliteitstest

Op 10 september 2019 organiseerde Sodexo een bewustmakingsmoment rond verantwoorde mobiliteit, verkeersveiligheid, micro-mobiliteitsoplossingen, deelmobiliteit en het treinaanbod. Dat deden we in samenwerking met Maestro-Mobile, VIAS, NMBS, Poppy, Dott en BillyBike. Dat gaf onze medewerkers de kans om zich voor te bereiden op de Mobiliteitsweek en om nadien te analyseren wat ze zelf konden ondernemen rond duurzame mobiliteit bij werk- en privéverplaatsingen. Medewerkers konden een maand lang gratis de trein gebruiken voor hun woon-werkverkeer – sommigen testten zelfs een week lang een elektrische auto.

ISO50001-certificaat en CO₂-neutraliteit

Dit jaar behaalde het hoofdkantoor het ISO50001-certificaat, dat focust op het beperken van de klimaatimpact van gebouwen, het sparen van natuurlijke hulpbronnen en efficiënt energiegebruik. Daarnaast ontving de hoofdzetel ook de CO₂-neutrale certificering van CO₂Logic.



Project 303030

Sodexo is partner van BECI binnen het project 303030. Het doel is om 30 projecten op te starten die de CO₂-uitstoot in Brussel met 30% verminderen tegen 2030. We leveren een tastbare bijdrage op het gebied van mobiliteit en duurzame voeding.












05 Bestuur

Sodexo draagt bij tot het beheer van cruciale pijlers van het overheidsbeleid, werkt in onderaanneming voor lokale of gewestelijke overheden én neemt regelmatig deel aan openbare aanbestedingen.

Daarom zijn eerlijke, integere bedrijfsvoering en onberispelijke ethische principes belangrijke pijlers binnen het bedrijf. Die principes zijn steeds van toepassing, op alle niveaus en afdelingen van ons bedrijf.



Uitdaging	Sleutelindicator	Ambitie 2025	Resultaat 2020
 Businessethiek 	Inclusie B-Corp Impact Assessment score in de jaardoelstellingen	100	64.7
	Opleiding businessethiek	100% van het personeel is opgeleid	92,5%
 Bescherming van persoonsgegevens 	Klachten over GDPR	0	3
	Opleiding bescherming persoonlijke gegevens	100% van het personeel is opgeleid	92,5%
 Transparantie  	Verslag corporate responsibility	Jaarlijkse publicatie	 Publicatie in december 2020
	Associatie externe betrokken partijen	Jaarlijks aftoetsen met bedrijfsresultaten	 Stakeholder panels in nov. en dec. 2020

Businessethiek

Sodexo wil niet al haar inspanningen enten op financiële doelen. Daarom integreren we vanaf dit jaar de B-Corp Impact Assessment Score (www.bcorporation.eu) in onze jaardoelstellingen. Die bedraagt 64,7 punten, wat 12,4 punten boven het gemiddelde ligt van dienstverlenende bedrijven van vergelijkbare grootte. Het doel is duidelijk: het behalen van 100 punten tegen 2025. Dat doel ligt maar liefst twintig punten hoger dan de certificeringsdrempel én het punt waarop de B-Corp community vastlegt dat een onderneming waarde genereert voor samenleving en planeet. Deze verbintenis is een collectief engagement. En heeft een invloed op de jaarlijkse bonus van alle medewerkers binnen het bedrijf.

Onze medewerkers zijn ook zelf verantwoordelijk om de ethische principes van Sodexo te integreren in hun dagelijkse praktijk, maar ook in alle interacties met klanten, consumenten en collega's. Iedereen binnen ons bedrijf wordt opgeleid in verantwoord zakendoen. Sinds de lancering van die opleiding in 2019, nam al 92,5% van alle medewerkers eraan deel. We willen dat cijfer nog verbeteren, tot 100% van onze medewerkers. Bovendien actualiseren we de inhoud elk jaar tijdens een updatesessie. Wordt er gedrag vastgesteld dat resoluut in strijd is met onze ethische principes – zoals poging tot fraude of corruptie? Dan beschermt Sodexo klokkenluiders binnen het bedrijf via een speciale procedure.

Het Sodexo Speak Up-programma stelt medewerkers in staat om hun bezorgdheden in het grootste vertrouwen te melden. Deze meldingen worden steeds uiterst discreet behandeld en geanalyseerd op directieniveau.



Bescherming van persoonsgegevens

Sodexo beheert de persoonsgegevens van meer dan 2 miljoen Belgische burgers. Die moeten uiteraard feilloos beschermd worden. Daarom volgden al onze medewerkers een opleiding in het beschermen van persoonsgegevens. Het is een continue opdracht om onze medewerkers blijvend te sensibiliseren en opleiden in deze materie. Sodexo leeft de GDPR-regels ten volle na én anticipeert maximaal om privacyklachten – die kunnen ontstaan in het kader van onze activiteiten – te vermijden.

Dit jaar ontving Sodexo 5 privacyklachten. Na grondig onderzoek bleken twee van deze klachten ongegrond. Bij een van de drie andere gevallen lag een coderingsfout bij het versturen van een offerte naar een prospect (die dezelfde naam had als een voormalige klant) aan de basis van de klacht. Er was een euvel bij de acceptatie van cookies op websites gewijd aan dienstencheques. En tenslotte trad er een probleem op waarbij gebruikers in onze database werden bijgehouden, hoewel zij reeds uit dienst waren gegaan bij hun werkgever. Deze ontvankelijke klachten werden opgevolgd om tot een oplossing te komen, maar werden bovendien ook gebruikt om onze processen aan te passen, zodat we vergelijkbare klachten in de toekomst kunnen vermijden.

Transparantie

Steeds meer bedrijven voeren externe evaluaties uit van de corporate responsibility-aanpak en het milieubeleid van hun onderaannemers. Sodexo treedt wereldwijd op als onderaannemer voor heel wat grote bedrijven. Dit jaar ontvingen we de zilveren medaille van het CSR-platform Ecovadis. Die beloonde het duurzaamheidsbeleid van ons bedrijf. We behoren daarmee tot de 26% best beoordeelde ondernemingen van deze certificeringsinstelling.



Concordantietabel

GRI Set	Category	Norm	Description	Page	
101 : Foundation 2016					
102 : General Disclosures 2016	Organizational Profile	102-1	Name of the organization	130-131	
		102-2	Activities, brands, products and services	130-131	
		102-3	Location of headquarters	130-131	
		102-4	Location of operations	130-131	
		102-5	Ownership and legal form	130-131	
		102-6	Markets served	130-131	
		102-7	Scale of the organization	8-10, 79	
		102-8	Information on employees and other workers	9, 79-80	
		102-9	Supply chain	130-131	
		102-12	External initiatives	130-131	
		102-13	Membership of associations	130-131	
		Strategy	102-14	Statement from senior decision-maker	4-5, 82-83
			102-15	Key impacts, risks and opportunities	15-18, 89-93
	Ethics and Integrity	102-16	Values, principles, standards and norms of behavior	13-14, 84	
102-17		Mechanisms for advice and concerns about ethics	73-76, 124		

GRI Set	Category	Norm	Description	Page
102 : General Disclosures 2016	Governance	102-18	Governance structure	90-91
		102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental and social topics	16, 85-86
	Stakeholder engagement	102-40	List of stakeholder groups	85
		102-42	Identifying and selecting stakeholders	85
		102-43	Approach to stakeholder engagement	16, 85
	Reporting practice	102-45	Entities included in the consolidated financial statements	130-131
		102-46	Defining report content and topic boundaries	130-131
		102-47	List of material topics	15, 86
		102-50	Reporting period	130-131
		102-52	Reporting cycle	130-131
		102-53	Contact point for questions regarding the report	130-131
		102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI standards	130-131
		102-55	GRI content index	126-129
103 : Management Approach 2016		103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	20, 39, 54, 63, 73, 94, 99, 109, 116, 122
204 : Procurement Practices 2016		204-1	Proportion of spending on local suppliers	112
205 : Anti-corruption 2016		205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	76, 124

GRI Set	Norm	Description	Page
304 : Biodiversity 2016	304-4	IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	68
	305-4	GHG emissions intensity	63, 116-117
	305-5	Reduction of GHG emissions	63, 117-118
306 : Waste	306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	64
	306-2	Management of significant waste-related impacts	64
	306-3	Waste generated	64
401 : Employment 2016	401-1	New employee hires and employee turnover	108
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	104

GRI Set	Norm	Description	Page	
403 : Occupational Health and Safety 2018	403-1	Occupational health and safety management system	40-43, 102	
	403-4	Worker participation, consultation and communication on occupational health and safety	102	
	403-5	Worker training on occupational health and safety	102	
	403-6	Promotion of worker health	102	
	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	102	
	403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	26, 102	
	403-9	Work-related injuries	40, 108	
	403-10	Work-related ill health	108	
	404 : Training and Education 2016	404-1	Average hours of training per year per employee	45, 108
		404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	45
404-3		Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	44	
405 : Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1	Diversity of governance bodies and employees	47, 104	
	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	105	

Over dit rapport

On-site Services

Periode van het rapport

Dit in januari 2021 gepubliceerde rapport dekt de periode van 1 juni 2019 tot 31 mei 2020, tenzij anders vermeld in het rapport.

Frequentie van het rapport

Jaarlijkse frequentie, tweede editie.

Activiteiten

Dit rapport heeft betrekking op de activiteiten van Sodexo On Site Services in België, die uitsluitend in de hoofdzetel van Elsene worden beheerd. Deze activiteiten worden uitgevoerd op onze hoofdzetel en bij onze klanten in heel België.

De On Site Services activiteiten omvatten cateringdiensten, reinigings- en ontsmettingsdiensten, Facility Management diensten, technische diensten, veiligheidsdiensten.

Bedrijfsnaam

Sodexo België N.V.

Structuur en juridische vorm

De naamloze vennootschap Sodexo België, met hoofdzetel te Pleinlaan 15 in 1050 Elsene, behoort tot de Sodexo Groep, met hoofdzetel te 255 Quai de la Bataille de Stalingrad in 92130 Issy-les-Moulineaux in Frankrijk.

Op 31 augustus 2020 is de Sodexo Groep, leader in diensten voor levenskwaliteit, aanwezig in 64 landen, stelt hij wereldwijd 420.000 personen te werk voor een geconsolideerde omzet van 19.3 miljard euro. Sodexo is op de eerste plaats geklasseerd in zijn sector in de Dow Jones Sustainability Index (DJSI) en het 2019 SAM Sustainability Yearbook.

Lidmaatschappen

Sodexo België N.V. is lid van de Unie voor Belgische Catering (UBC), van het Verbond van Belgische Ondernemingen (VBO) en van The Shift, en houdt zich aan Project 303030 (BECI) en aan de Women's Empowerment Principles (WEP's) van de Verenigde Naties.

Conformiteit GRI

De inhoud en de principes van dit rapport zijn geïnspireerd door het Global Reporting Initiative (GRI).

Contactpersoon

Florence Rossi, Director Corporate Responsibility:
florence.rossi@sodexo.com, + 32 (0)479/99.83.07.



Benefits & Rewards Services

Periode van het rapport

Dit in november 2020 gepubliceerde rapport dekt de periode van 1 juni 2019 tot 31 mei 2020.

Frequentie van het rapport

Jaarlijkse frequentie, eerste editie.

Activiteiten

Dit rapport heeft betrekking op de activiteiten van Sodexo Benefits & Rewards in België, die uitsluitend in de hoofdzetel van Elsene worden beheerd. De productiecentra en de meeste callcenters worden uitbesteed in België. Eén callcenter is uitbesteed in Bulgarije.

De Benefits & Rewards activiteiten omvatten :

Gesubsidieerde producten

Dienstencheques, kmo-portefeuille, chèques-formation, chèques-entreprises, Ticket S

Niet-gesubsidieerde producten

Lunch Pass, Eco Pass, Cadeau Pass, Sport & Culture Pass, Book Pass

Bedrijfsnaam

Sodexo Pass Belgium N.V.

Structuur en juridische vorm

De naamloze vennootschap Sodexo Pass Belgium, met hoofdzetel te Pleinlaan 15 in 1050 Elsene, behoort tot de Sodexo Groep, met hoofdzetel te 255 Quai de la Bataille de Stalingrad in 92130 Issy-les-Moulineaux in Frankrijk.

Op 31 augustus 2019 is de Sodexo Groep, leader in diensten voor levenskwaliteit, aanwezig 67 landen, stelt hij wereldwijd 470.000 personen te werk voor een geconsolideerde omzet van 22 miljard euro. Sodexo is op de eerste plaats geklasseerd in zijn sector in de Dow Jones Sustainability Index (DJSI) en het 2019 SAM Sustainability Yearbook.

Toeleveringsketen en onderaanneming

Sodexo Pass Belgium besteedt een deel van het beheer van zijn activiteiten uit aan de volgende ondernemingen:

- Joos Print: productie van de basischeque in Turnhout (België)
- Joos Hybrid (via Canon): productie van papieren cheques in Leuven (België)
- Input4You (via Canon): verwerking van papieren cheques

in Anderlecht (België)

- Zetes: productiecentrum van de Sodexo Card in Ruisbroek (België)
- Atos/Worldline: Activatie en deactivatie van terminals, verwerking van de transacties met elektronische cheques in Evere (België)
- SD Security: transport van papieren cheques in Ruisbroek (België)
- Ebos (Yource Groep): voornaamste call center in Moeskroen (België)
- Euroccor (Yource Groep): call center ter versterking in Sofia (Bulgarije)

Lidmaatschappen

Sodexo Pass Belgium is lid van de Voucher Issuers Association (VIA), en houdt zich aan Project 303030 (BECI) en aan de Women's Empowerment Principles (WEP's) van de Verenigde Naties.

Conformiteit GRI

De inhoud en de principes van dit rapport zijn geïnspireerd door het Global Reporting Initiative (GRI).

Contactpersoon

Grégory Renders, Corporate Responsibility Manager:
greg.renders@sodexo.com, + 32 (0)495/21.28.73.



Contact personen

On-site Services

Florence Rossi
Corporate Responsibility Director
florence.rossi@sodexo.com
+32 (0)479/99.83.07

Benefits & Rewards Services

Grégory Renders
Corporate Responsibility Manager
greg.renders@sodexo.com
+ 32 (0)495/21.28.73.