

SAMEN VOORUIT

Jaarverslag 2023 Appèl

In 2023 gebeurde er veel bij Appèl.
Lees het hier in ons jaarverslag.

[Volgende pagina](#)



Bekijk hieronder de eerdere edities



OVER ONS TOEKOMST ONZE MENSEN BELEVING VITALITEIT & DUURZAAMHEID FINANCIIEEL NAWOORD



Voorwoord

2023 gaat bij ons als een fantastisch jaar in de boeken. Het was het beste jaar ooit in winst en marge. Van nieuwe klanten tot innovaties, overal gingen we in grote stappen vooruit. Ons belangrijkste doel voor 2023 was de basis op orde krijgen. Dat is gelukt, al blijven er altijd zaken die beter kunnen. Maar het belangrijkste is dat de rust weer is teruggekeerd in het bedrijf. Langzaam maar zeker zijn we weer die geoliede machine met de juiste mensen op de juiste plek.

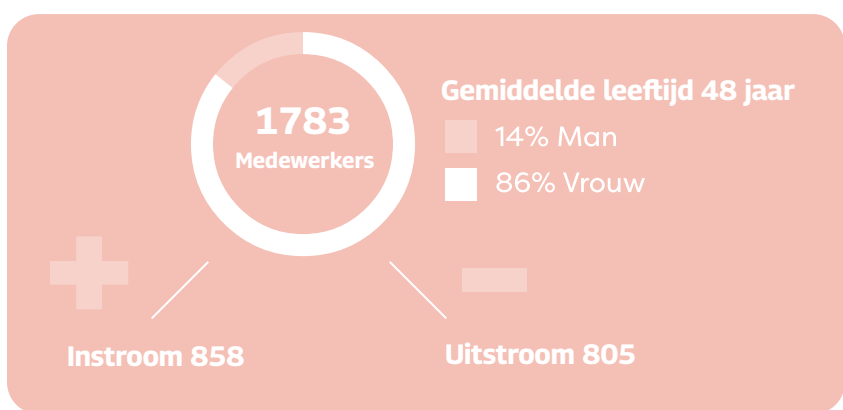
Rust in de organisatie betekent dat er ook meer ruimte is voor andere doelstellingen zoals innovatie. Ook hier hebben we geweldige resultaten geboekt. Om een voorbeeld uit te lichten: voor onze nieuwe klant TU Delft ontwikkelden we intern een volledig nieuw, allesomvattend concept. In de praktijk betekent dit 23 duurzame en internationale horeca-concepten met een uitgebreid vegetarisch assortiment. Bovendien ontwikkelen en experimenteren we met de TU Delft voor een nog duurzamer en gezond aanbod, dat we direct kunnen testen in een van de concepten waar vanaf ontbijt tot diner voor je gezorgd wordt. Waar ik extra trots op ben, is dat het een interdisciplinair project is, met teams van verschillende afdelingen binnen Appèl, waardoor het succes echt van iedereen is.

Het vorig jaar gestarte Locatie Centraal, waarbij de functie van het hoofdkantoor is verschoven naar een servicekantoor, werpt inmiddels zijn vruchten af. Vooral op het gebied van HR zien we een positieve verandering, doordat iedere regio een eigen, lokaal aanspreekpunt heeft.

In de zoektocht naar nieuwe mensen merkten we dat we regelmatig misgrepen, omdat we niet snel genoeg reageerden. Dit hebben we ondervangen door te solliciteren via WhatsApp, zodat de drempel om te solliciteren lager is geworden en we binnen 24 uur een reactie kunnen sturen. Sindsdien geeft de zoektocht naar personeel aanzienlijk minder hoofdpijn.

Natuurlijk zijn we niet over alles in 2023 tevreden. Voor onze pijlers Duurzaamheid en Gezondheid hebben we strakke doelen gesteld. In 2026 bestaat onze inkoop uit meer dan 70% gezonde en meer dan 60% plantaardige voeding. Op weg hiernaar toe zien we dat deze twee belangrijke doelen elkaar soms bijten. We willen meer plantaardig eten voorschotelen, maar niet alle plantaardige alternatieven zijn gezonde(re) keuzes. Wat weegt dan zwaarder? En wat willen de gasten? Je wilt ze immers een mooie maaltijd, goede snack of een fantastische cappuccino bieden. We moeten mensen blijven aanmoedigen naar een meer duurzame en gezonde levensstijl. Appèl heeft het geluk dat we dit voor alle generaties mogen verzorgen. Wij zijn de enige cateraar die alle leeftijdsgroepen bedient. Van basisschool tot het bedrijfsleven, zodat we niet alleen nu, maar ook mooie jaren aan de volgende generaties kunnen bieden."

OVER ONS



Onze ambitie

Met het oog op de toekomst scherpden we onze lange termijnvisie aan en formuleerden we een nieuwe ambitie.

Onze ambitie is om de meest innovatieve cateraar te worden die iedere dag bijdraagt aan een vitalere en duurzamere leefstijl voor alle generaties. Dat doen we door ons te richten op innovatieve producten en concepten, gezonde en duurzame voeding. We zijn een betrouwbare en geloofwaardige partner voor alle generaties.

De komende jaren gaan we deze ambitie intern en extern laden, inbedden in onze organisatie en onze dienstverlening. Zo geven we hernieuwd richting aan waar we naartoe gaan.

Dit zijn wij

Wij zijn Appèl. Een bourgondisch familiebedrijf met een passie voor lekker eten en drinken. Ons doel? Samen mensen blij maken! Dat doen we iedere dag met gezonde, duurzame en innovatieve gerechten. Van basisschool, middelbare school en mbo tot aan hbo, universiteit en het bedrijfsleven. Wij zijn er voor alle generaties.

Bij alles wat we doen laten we ons leiden door onze vijf stakeholders.

1. Onze gasten, die we dagelijks smakelijke gerechten voorzetten.
2. Onze klanten, voor wie we hun wensen vertalen naar het beste restaurant voor hun locatie.
3. Onze medewerkers, met wie we dag in dag uit onze gasten blij maken.
4. Onze aandeelhouders, die zorg dragen voor een gezonde organisatie.
5. En toekomstige generaties, want naast de behoeften van vandaag, houden we ook rekening met de leefomgeving en gezondheid van de toekomst.

Onze kernwaarden

DURVEN DOEN

Creatief

Elke opdrachtgever, elke medewerker en elke gast is uniek. Creativiteit en ondernemerschap hebben ons gebracht waar we nu zijn. We zoeken continu naar innovatie en trends en durven steeds weer iets nieuws in ons assortiment aan te bieden. Onze jarenlange ervaring op het gebied van eten en drinken maakt dat we buiten de lijnen durven te denken.

HET VERSCHIL MAKEN

Samen

Wij geloven in partnerschap en samenwerking. Met onze opdrachtgevers, onze collega's, onze gasten en onze partners. Samen bouwen we aan vernieuwende en duurzame oplossingen die passen bij de wens van onze gasten en opdrachtgevers.

VOOR ETEN EN DRINKEN

Passie

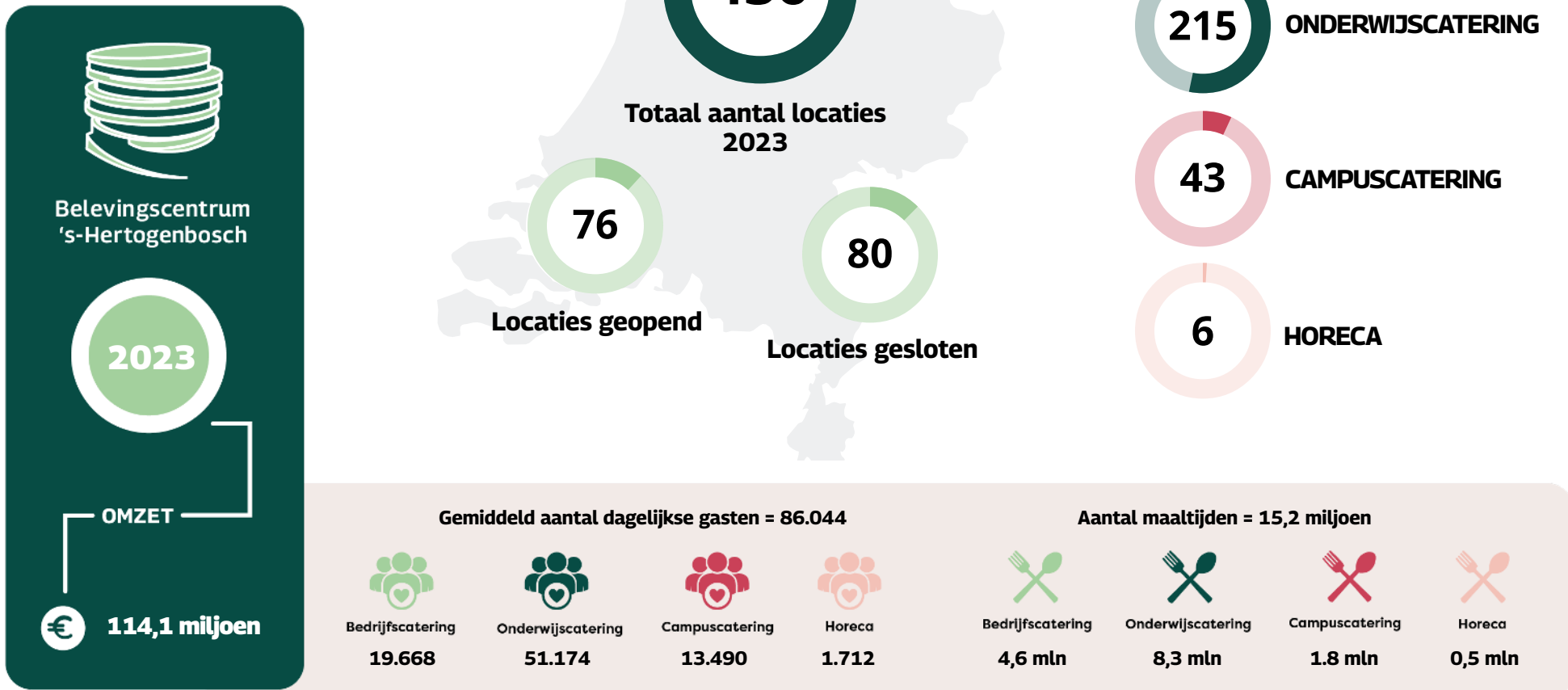
Eten en drinken zorgt voor verbinding en brengt mensen samen. Onze mensen zijn het belangrijkste kapitaal van onze organisatie. We stimuleren en faciliteren onze mensen dan ook om ons vak met liefde, aandacht en enthousiasme uit te oefenen. Door onze gezamenlijke passie voor het cateringvak zetten we elke dag weer nét dat stapje extra.

OOG VOOR JOUW WENS

Open

Wij zijn een echt familiebedrijf met een informele cultuur waarin iedereen meedoet. We hebben altijd oog voor jouw wens. Wees welkom!

Facts & figures



ONZE HISTORIE

1978

Familiebedrijf Appèl@Work is in 1978 opgericht. Appèl begint haar dienstverlening met schoonmaak, theaterdienstverlening en bedrijfs catering.

1984

Appèl specialiseert zich in bedrijfs catering. Het eigenzinnige en creatieve karakter van Appèl onderscheidt de cateraar van de rest.

2014

Appèl neemt Markies Catering over, specialist in onderwijs catering in het voortgezet onderwijs en middelbaar beroepsonderwijs.

2018

Met de opening van de vijfde locatie binnen het hoger beroepsonderwijs en wetenschappelijk onderwijs introduceert Appèl een nieuwe divisie: Appèl Campus.

2019

Appèl neemt SAB Catering over, specialist in bedrijfs catering, facilitaire dienstverlening, evenementen en horeca. Ook wordt FM at Work overgenomen. Gerben van de Ven en Maarten van de Ven nemen het familiebedrijf van hun vader over. Het is bovendien het eerste jaar dat er gewerkt wordt vanuit het nieuwe belevingscentrum in 's-Hertogenbosch.

2020

De coronacrisis raakt Appèl hard. Appèl neemt de activiteiten van Zo-Vital over met behoud van werkgelegenheid. Een reorganisatie met gedwongen ontslagen bleek echter onvermijdelijk.

2022

We komen uit de coronalockdown en de gasten keren weer terug naar onze restaurants en kantines. Door een krapte op de arbeidsmarkt wordt er veel van onze mensen gevraagd. Er is een topprestatie geleverd en daar zijn we onze medewerkers enorm dankbaar voor.

2023

Appèl en haar dochterondernemingen zijn na corona flink gegroeid. Ook wordt dit jaar Scoolcompany overgenomen. Met inmiddels ruim 650 locaties en 1800 medewerkers zorgen we iedere dag met passie voor kwalitatief goede en gezonde voeding in bedrijfs- en campusrestaurants, schoolkantines en op horecalocaties.

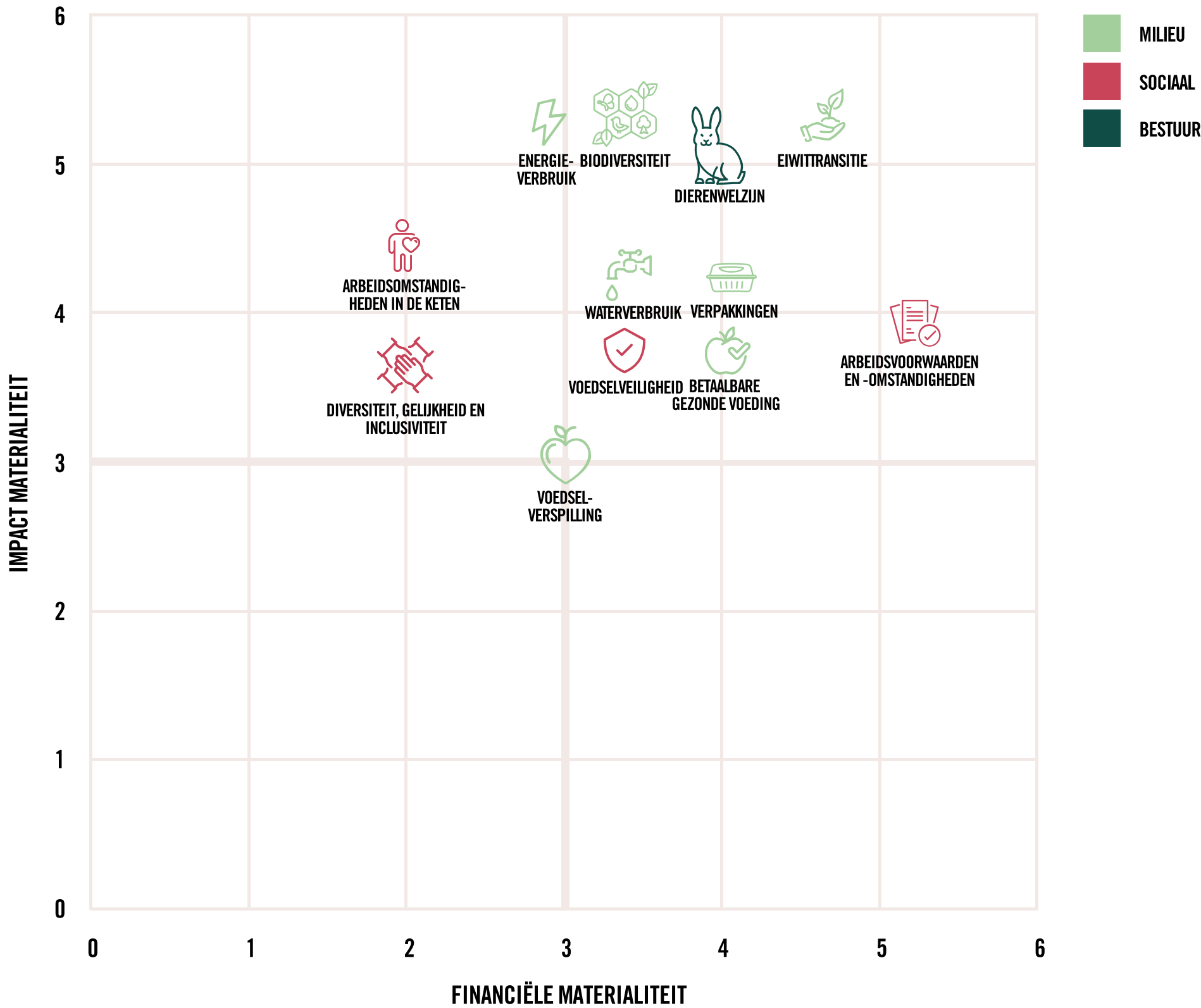
TOEKOMST

Thema's

Als organisatie hebben we naast financiële impact ook impact op de samenleving en het milieu. Daarnaast hebben duurzaamheidsthema's ook financiële invloed op onze organisatie. Om de materiële thema's te bepalen hebben we in 2023 een dubbele materialiteitsanalyse uitgevoerd. We volgden hierbij de definities en vereisten van impact en financiële materialiteit die zijn vastgesteld in de European Sustainability Reporting Standards. Samen met onze belanghebbenden hebben we de sociale, milieu en bestuurlijke thema's bepaald die voor ons het meest van belang zijn.

Het resultaat hiervan is weergegeven in de onderstaande figuur. Thema's met een gemiddelde score van drie of hoger zien wij als materieel. Deze thema's vormen de kern van onze duurzaamheidsstrategie. De niet-materiële thema's zijn niet opgenomen.

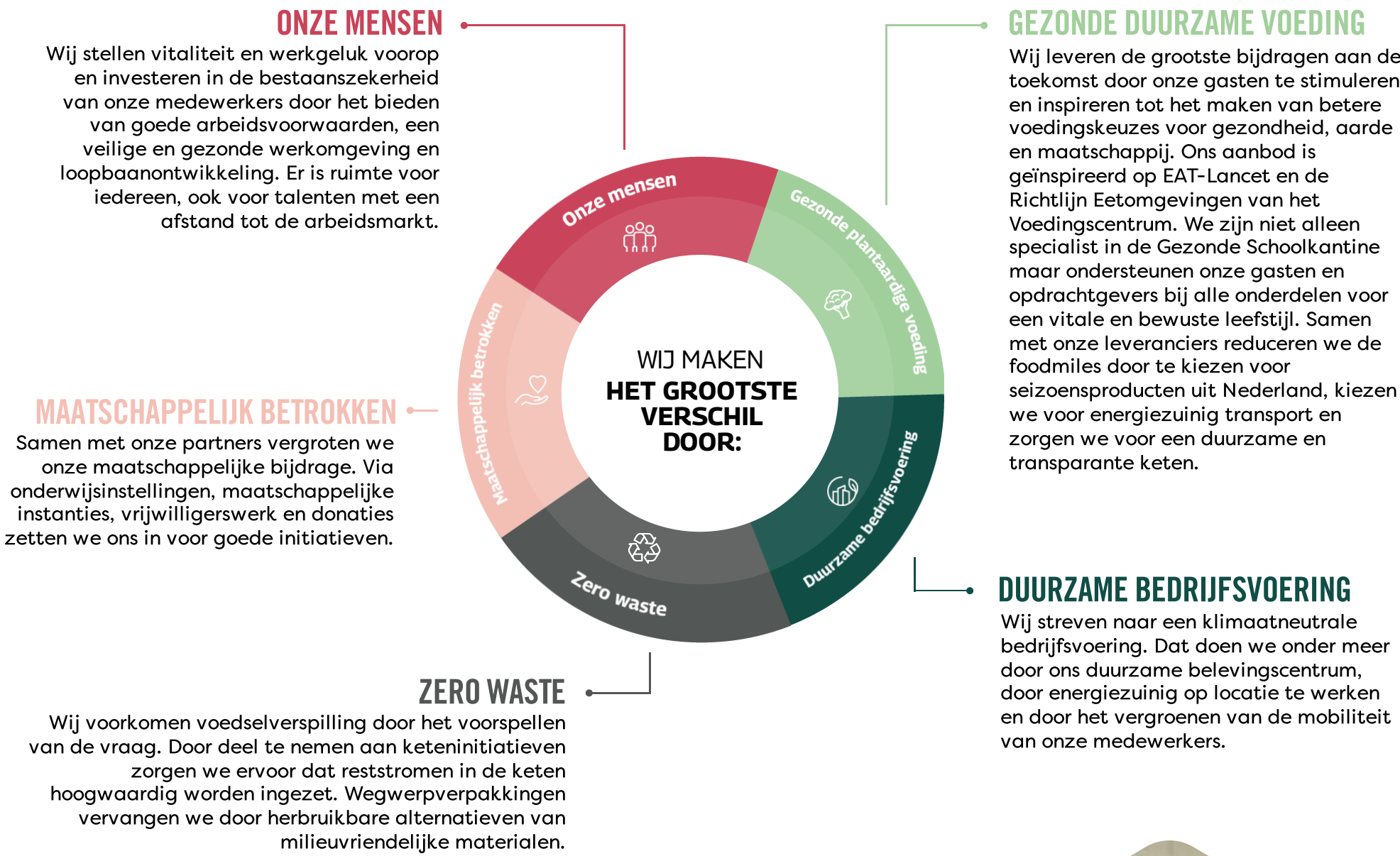
De grootste impact maken we door goed te zorgen voor onze mensen. En door transparantie en samenwerking in de keten van eten en drinken. Ons beleid, ambities, acties en resultaten op deze thema's lees je terug in dit verslag en blijven we verder ontwikkelen.



MANIFEST

Onze duurzame missie

Samen mensen blij maken is onze missie. Dat doen we door het geluk en de gezondheid van onze gasten en medewerkers - ook die van toekomstige generaties - voorop te stellen. Appèl wil de meest innovatieve cateraar zijn die iedere dag bijdraagt aan een vitalere en duurzamere leefstijl voor alle generaties. Voor onze opdrachtgevers willen wij dé partner met de kennis en ervaring zijn om de transitie naar een gezondere en meer duurzame leefstijl te realiseren. Onze gasten verleiden we in het restaurant tot het maken van betere keuzes voor hun gezondheid en het milieu.



Om onze duurzame missie kracht bij te zetten, doorliepen wij in 2023 een aanvraag tot B Corp certificering. Op het moment van schrijven is dit proces nog lopend. We hebben de ambitie om in 2024 B Corp gecertificeerd te zijn.

B Corp

B Corp staat voor Benefit Corporation. Een B Corp is een type bedrijf dat sociale en ecologische prestaties, verantwoordelijkheid en transparantie even belangrijk vindt als winst. B Corps streven ernaar een positieve impact te hebben op de samenleving en het milieu en ondergaan een certificeringsproces door B Lab, een non-profitorganisatie.



Onze ambitie

De beste mensen op de juiste plek. Het blijft het streven, maar ook een puzzel met de krapte op de arbeidsmarkt. Medewerkerstevredenheid staat centraal in alles wat we doen. Een ander belangrijk doel is het verder omlaag brengen van het verzuimpercentage door de invoering van het Eigen Regie model en het stimuleren van vitaliteit door onder andere een fietsplan. We zoeken de verbinding en blijven nauw betrokken bij de locaties door de omschakeling van het hoofdkantoor naar een servicekantoor, HR-adviseurs per regio en successen samen te blijven vieren.



Nieuwe manieren van solliciteren



De uitdagingen van de krapte op de arbeidsmarkt, met vacatures die lang open blijven staan en een toenemende druk op locaties en managers, inspireerden ons om actie te ondernemen. Als reactie wilden we het sollicitatieproces via op een andere manier testen. Gedurende een twee maanden durende pilot met drie rayonmanagers werden vacatures gepromoot op sociale media zoals Instagram en Facebook. Geïnteresseerden werden via de chat benaderd. Bij interesse werden de gegevens naar de desbetreffende manager gestuurd, die binnen 48 uur contact opnam voor een gesprek en, indiggeschikt, een sollicitatiegesprek regelde.

Deze aanpak resulteerde in een stijging van het aantal sollicitanten en snellere invulling van vacatures. We blijven het proces optimaliseren en streven naar nog gerichtere campagnes in regio's waar vacatures langer en vaker openstaan.

HR-adviseurs

In 2022 zijn we gestart met het project Locatie Centraal. Het woord zegt het al, de locatie wordt centraal gezet, waarbij het hoofdkantoor verandert in een servicekantoor om ervoor te zorgen dat de medewerkers in het land zo veel mogelijk ondersteund en ontzorgd worden. Het moet ze stimuleren om de regie in eigen handen te nemen en als echte ondernemers te opereren.

Door de groei van de organisatie is de afstand tussen het servicekantoor en de locaties langzaam vergroot. Met Locatie Centraal willen we die afstand weer verkleinen. Een zorgvuldige overweging en strategische planning heeft geleid tot het toevoegen van HR-adviseurs. HR-vraagstukken kunnen hierdoor sneller, gericht en adequaat worden opgepakt.

Na een succesvolle pilot in 2023, waarbij HR-adviseurs werden gekoppeld aan rayon- en accountmanagers, is dit concept uitgebreid tot een team van zes HR-adviseurs in verschillende regio's. De HR-adviseurs werken nauw samen met de managers, bieden ondersteuning op locatie en dragen bij aan een lager verzuimpercentage en snellere afhandeling van HR-vraagstukken.



Eigen regie

In 2023 hebben we ons gericht op de implementatie van het Eigen Regie model voor verzuimbeheer. Ons doel was helder: het bevorderen van een cultuur waarin medewerkers actief deelnemen aan het beheer van hun eigen verzuim, om zo een succesvolle re-integratie te ondersteunen. De focus ligt hierbij niet op waarom iemand niet kan werken, maar op wat nog wel mogelijk is.

Praktische stappen, zoals het gebruik van de AFAS Pocket App en het werken met een nieuwe bedrijfsarts die onze visie ondersteunt, hebben bijgedragen aan een efficiënter en transparanter verzuimproces. Dit resulteerde in meetbare successen, waaronder een verlaging van het verzuimpercentage met 1,8% en lagere WIA-instroom.

Cateringlocatie van de maand

Successen moet je samen vieren. Laten zien dat je trots bent en waardering uitspreken richting locatiemedewerkers en dit zichtbaar maken binnen de organisatie. We doen dit met een nieuw initiatief genaamd 'Cateringlocatie van de Maand'. Maandelijks wordt er een winnaar gekozen op basis van nominaties van het rayon- en accountmanagement, waarbij er gelet wordt op criteria als uitzonderlijke prestaties, audits, teamwork en tevredenheid van gasten. De winnende locatie ontvangt een verrassingsbezoek van de verantwoordelijke manager, inclusief een oorkonde, speldjes, Bossche Ballen en bloemen. In 2023 werden er vanuit het nieuwe initiatief al twee teams gehuldigd. In 2024 zullen er nog meer volgen.



De Nationale Vitaliteitsweek

Eind september vond de Nationale Vitaliteitsweek plaats. Bij Appèl hechten we veel waarde aan vitaliteit, dus lieten wij deze week niet onopgemerkt voorbij gaan. Zowel in de restaurants, als voor onze medewerkers organiseerden we de hele week sportieve en informatieve activiteiten. Om te zorgen dat het voor iedereen aantrekkelijk was, creëerden we een breed aanbod. Van een algemeen vitaliteit webinar, het prikken van afval langs de weg, een online yogales, een overgangscafé tot een sessie mindfulness.



ONZE MENSEN



Smaakmakers magazine

In 2023 lanceerden we ons eerste eigen medewerkersmagazine: Smaakmakers. Een magazine voor én door medewerkers, met als doel meer verbinding tussen locatiemedewerkers onderling en het servicekantoor te bewerkstelligen. Dit was door de coronaperiode en de daaropvolgende vele personeelswisselingen verminderd. Door inspirerende interviews, smakelijke recepten en leuke quizzes – zoals 'Welk broodje ben jij?' – laten we zien hoe trots we op het cateringvak en elkaar zijn.



Fietsplan

We willen medewerkers uit de auto krijgen en meer laten bewegen. Het is goed in het kader van het milieu, maar ook voor de vitaliteit van de medewerkers met indirect een positief effect op het ziekteverzuim. Het is niet alleen een wens vanuit de organisatie, ook de medewerkers vroegen om een fietsplan, waarbij de hoge brandstofprijzen ook een rol speelden. Daarom bieden we nu een fietsregeling aan op basis van een leaseconstructie, waarbij medewerkers maandelijks een klein bedrag kwijt zijn aan het leasen van de fiets. Eind 2023 deden de eerste medewerkers al mee en we verwachten dat dit aantal zal stijgen naarmate het weer opklaart.



CULINAIRE GARDE

In het voorjaar zijn wij op zoek gegaan naar collega's die anderen willen inspireren met hun culinaire kennis. Uit alle aanmeldingen zijn er 10 collega's gekozen die lid zijn geworden van de Culinaire Garde. Maar wat houdt het in? Met liefde voor koken denken zij graag mee over de culinaire toekomst van Appél. Samen wisselen ze kennis en ervaringen uit om onze gasten, de foodwereld en elkaar beter te begrijpen. Zij zijn namelijk het gezicht van Appél en kennen onze smaak als geen ander. Hoe kunnen ze het assortiment beter bij de wensen van de gasten aan laten sluiten? En hoe kunnen ze onze andere collega's inspireren met mooie recepten? Ze zullen ongeveer vier keer per jaar samenkomen om na te denken over een vitaler en duurzamer assortiment, te brainstormen over acties en proeven ze nieuwe producten en recepten.



Vrijwilligerswerk

Het zit in onze cultuur om gezamenlijk bijzondere initiatieven te steunen. Dat doen we al jaren. Het afgelopen jaar steunden we net als voorgaande jaren het project Hambaken Connect, waar zelfs Koningin Máxima een bezoek bracht aan één van de kooklessen.

In 2023 legden we ons vrijwilligersbeleid vast. Een van de doelen is onze maatschappelijke bijdrage vergroten. Ons streven is dat elke stafmedewerker zich vier uur per jaar vrijwillig inzet voor een zelf te bepalen doel met sociaal karakter dat past binnen één van de drie richtingen: kleinere kloof, beter eten en tegen zwerfval. Deze uren betalen wij uit en mogen binnen de reguliere werktijden ingevuld worden.



Stichting
Sociaal
Accent

Donaties

Het rechtstreeks ondersteunen van projecten en organisaties op sociaal en educatief gebied en armoedebestrijding, onder andere via onze stichting Sociaal Accent, is ook een vast onderdeel van ons beleid. In 2023 doneerden we het mooie bedrag van totaal € 41.715,- aan verschillende organisaties en projecten.

INTERVIEWS

Maak kennis met onze collega's



Ingrid en Monique
OLV Breda



Kitty
De Ring van Putten



Ton
COA's 's-Hertogenbosch

Onze ambitie

Samen mensen blij maken met lekker eten en drinken. Daar werken we elke dag aan in onze restaurants. In 2023 lag de focus met betrekking tot beleving op het aanbrengen van meer structuur in alles wat er in onze restaurants en schoolkantines plaatsvindt. Daarnaast werkten we aan meer standaardisatie en het stimuleren van ondernemerschap op locatie, waarover we in dit hoofdstuk verder zullen uitwijken.

Onze concepten

Catering op de basisschool

In 2023 verlegden we onze dienstverlening naar een nieuwe markt: de basisscholen. Na een succesvolle pilot op een basisschool in 's-Hertogenbosch werd het aanbod in 2023 landelijk uitgerold en een vast onderdeel van onze bedrijfsvoering.

Om verborgen armoede tegen te gaan, introduceerde de overheid een nationaal programma om ontbijt en lunch op basisscholen mogelijk te maken. Helaas gaan er nog te veel kinderen met een lege maag naar school. Een mooi initiatief, waar wij als innovatieve cateraar graag een steentje aan bij willen dragen. Gezond eten is immers belangrijk voor de ontwikkeling en groei van onze kinderen. Bovendien sluit het programma goed aan bij onze wens om alle generaties met onze catering te bedienen.

Het resultaat is de introductie van een zelfsmeerontbijt en lunch voor basisschoolleerlingen en een klaar-om-op-te-eten-lunch, waarbij de kinderen zelf mogen kiezen uit verschillende producten. Het aangeboden eten past binnen de richtlijnen voor de Gezonde Basisschool van de Toekomst en is samengesteld volgens de regels van het Voedingscentrum Nederland, met weinig suiker, weinig vet en vol vitaminen, eiwitten en vezels. Met deze eetmomenten stimuleren wij een gezonde leefstijl, een gezond gewicht en dragen we bij aan de sociale verbinding op school.



Nieuwe impuls voor campuscatering

Onze campuslocaties kregen in 2023 een meer unieke identiteit met het concept Food City. Food City bieden we momenteel aan op de Technische Universiteit Delft, de Technische Universiteit Eindhoven, Fontys Hogeschool en Universiteit Twente.

Niet alleen op locatie, maar ook in onze organisatie kreeg campuscatering een nieuwe impuls met het versterken van de campusdivisie met een manager operations campus, accountmanagers campus en community managers.

Nieuwe cateraar van TU Delft

Appèl begon als nieuwe cateraar van de Technische Universiteit Delft in de zomer 2023. Studenten, medewerkers en bezoekers van de campus kunnen sindsdien bij meer dan 20 restaurants, koffiecorners en foodtrucks terecht voor een duurzaam, internationaal en uitgebreid vegetarisch assortiment. Het assortiment is gebaseerd op EAT-Lancet: het menu van de toekomst. Als we allemaal zouden eten

volgens het EAT-lancet menu is het mogelijk om in 2050 zo'n 10 miljard wereldbewoners gezond en duurzaam te voeden zonder de aarde uit te putten. Op de TU Delft betekende dit een nieuw, duurzaam en inspirerend aanbod, dat de komende jaren steeds verder opschuift naar de EAT-Lancet standaard. Lees hierover meer in het hoofdstuk Vitaliteit en Duurzaamheid.



Overname Scoolcompany

In augustus 2023 namen wij de activiteiten van Scoolcompany over. Scoolcompany was een regionale onderwijscateraar met focus op gezonde en verantwoorde keuzes die leerlingen zelf maken. De overname van de activiteiten van Scoolcompany past uitstekend in onze visie om zo veel mogelijk leerlingen dagelijks een gezonde en duurzame lunch te kunnen bieden. Het geeft ons de mogelijkheid om nog meer gezonde schoolkantines te gaan realiseren. Op de locaties van Scoolcompany bleef hun concept voorlopig bestaan. In 2024 gaan deze geleidelijk over in het Food You Love concept.

Nieuw communicatieteam

2023 was het moment voor een nieuw communicatieteam. Na enkele jaren van onderbezetting als gevolg van de coronacrisis was het dit jaar tijd voor een flinke impuls voor communicatie. Zowel op het gebied van interne als externe communicatie is er achter de schermen veel werk verzet om de systemen op te schonen en beter in te richten. Daarnaast werden (staf)bijeenkomsten en evenementen verder doorontwikkeld en communicatiemiddelen zoals nieuwsbrieven en een medewerkersmagazine opgezet.

[Medewerkersmagazine >](#)

Narrowcasting

Om effectief te communiceren op locatie zijn we twee jaar geleden begonnen met narrowcasting schermen op het voortgezet onderwijs en de mbo-onderwijslocaties.

Op de schermen is het aanbod te zien en eventuele acties die via een QR-code worden gepromoot. Dat de schermen effectief zijn, bleek uit onze Walibi Fright Night winactie. Door een enquête in te vullen, maakten scholieren kans op kaartjes voor Walibi. Ten opzichte van 2022 werden er in 2023 10% meer enquêtes ingevuld.

Ook op onze hbo- en campuslocaties zijn we gestart met narrowcasting. Ook hier zijn de reacties positief en zullen we het aantal schermen in 2024 verder uitbreiden.



BELEVING

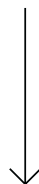


Jaarkalender

De jaarkalender vormt ieder jaar de basis voor alle acties op de locaties. Vanwege het succes in de onderwijs catering, hebben we de jaarkalender ook verder geprofessionaliseerd voor de bedrijfscatering. De jaarkalender biedt inspiratie, beleving en bijzondere acties voor onze restaurants. Iedere maand bedenken we een overkoepelend thema, dat wordt uitgewerkt in verschillende acties. De thema's en acties werden als zeer positief gewaardeerd door onze gasten.



Klik op mij!



Drukwerkportal

Het drukwerkportaal is een pilot ter ondersteuning van onze locatiemedewerkers om hun eigen signing te kunnen maken. In het drukwerkportal kan men templates voor signing en hardware bestellen, om zelf mee aan de slag te gaan. De pilot was een succes in de bedrijfscatering en wordt in 2024 uitgerold naar onderwijs- en campuscatering.

Gast- en klanttevredenheidsonderzoek

Ons ultieme doel is samen mensen blij maken. De feedback van onze opdrachtgevers en onze gasten, de zogenoemde "FeedUsBack", in de restaurants en kantines geeft ons belangrijke inzichten in hoe we onze dienstverlening verder kunnen optimaliseren.

Ook in 2023 onderzochten we op grote schaal, door middel van enquêteurs, feedbackzuilen en online enquêtes de tevredenheid onder klanten en gasten. Van de 3464 geïnterviewde gasten was 53% (zeer) tevreden over onze dienstverlening. Het gemiddelde tevredenheidscijfer steeg van een 6,4 naar 6,7. Een mooie voldoende, hoewel ons doel het behalen van een 7 was. Onze service en medewerkers op locatie zijn en blijven ons sterkste punt.



De belangrijkste verbeterpunten liggen in een meer gevarieerd aanbod en meer inspiratie op gebied van gezonde en duurzame voeding.

Ook 160 opdrachtgevers voorzagen ons van feedback. Hier scoorden we een NPS van -21. Vooral de cateringteams op locatie werden hoog gewaardeerd. Als verbeterpunten werden de prijsstelling en het assortiment aangekaart.

Nieuw inkoopstelsel

Om lokaal een optimaal assortiment te kunnen bieden, introduceerden we een nieuw inkoopstelsel. Medewerkers op locatie kunnen hierdoor efficiënter bestellen en hebben een beter overzicht van de vernieuwende, duurzame producten. Groot voordeel was onder andere de betere monitoring van het assortiment, zodat we slimmer kunnen inkopen en inzicht in de actuele beschikbaarheid bij leveranciers. Voor de locaties werd het een stuk eenvoudiger om te zien met welke leveranciers we samenwerken en welke mogelijkheden er voor hun locatie zijn.

Nieuw data & analytics team

Werken in de cateringwereld zonder het verzamelen en toepassen van data is al lang geen optie meer. Dit jaar hebben we flinke stappen gezet in het inrichten van onze data-afdeling en dataverzameling. Door het bieden van dashboards gaven we onze rayon- en accountmanagers inzicht in wat er gebeurt op hun locaties. De eerste sprints, inzichten en kennissessies over data en de mogelijkheden voor onze organisatie boden ook de collega's van de andere stafafdelingen veel inspiratie om dit toe te passen op hun eigen werkzaamheden. We gaan er dan ook vanuit dat we in 2024 op het gebied van data(analyse) grote stappen zullen maken.

Hoe nu verder

Om onze ambitie als meest innovatieve cateraar verder vorm te geven richten we ons in 2024 op innovatie. Daarvoor leggen we de focus op het datagedreven maken van de organisatie, meer concept gestuurd werken en productinnovaties. Door de inzet van creatieve en multidisciplinaire teams en het gebruik van data kunnen we onze dienstverlening vernieuwen en versterken. Op deze manier kunnen we meer beleving bieden. Niet alleen op het servicekantoor, maar vooral op locatie.



VITALITEIT & DUURZAAMHEID

Onze ambitie

Als innovatieve cateraar willen wij iedere dag bijdragen aan een vitale en duurzame leefstijl voor alle generaties. Voor onze opdrachtgevers willen wij dé partner zijn met kennis en ervaring voor een soepele transitie naar een vitalere en duurzamere leefstijl in hun organisaties. Wij willen onze gasten en opdrachtgevers stimuleren om betere keuzes te maken en hun bewustwording rondom duurzaam en gezond eten te vergroten door te laten zien hoe lekker dit kan zijn. Als doelstelling, bedrijfsbreed, gaan we voor de inkoop van meer dan 70% gezonde en meer dan 60% plantaardige voeding in 2026.

Gezonde & duurzame voeding

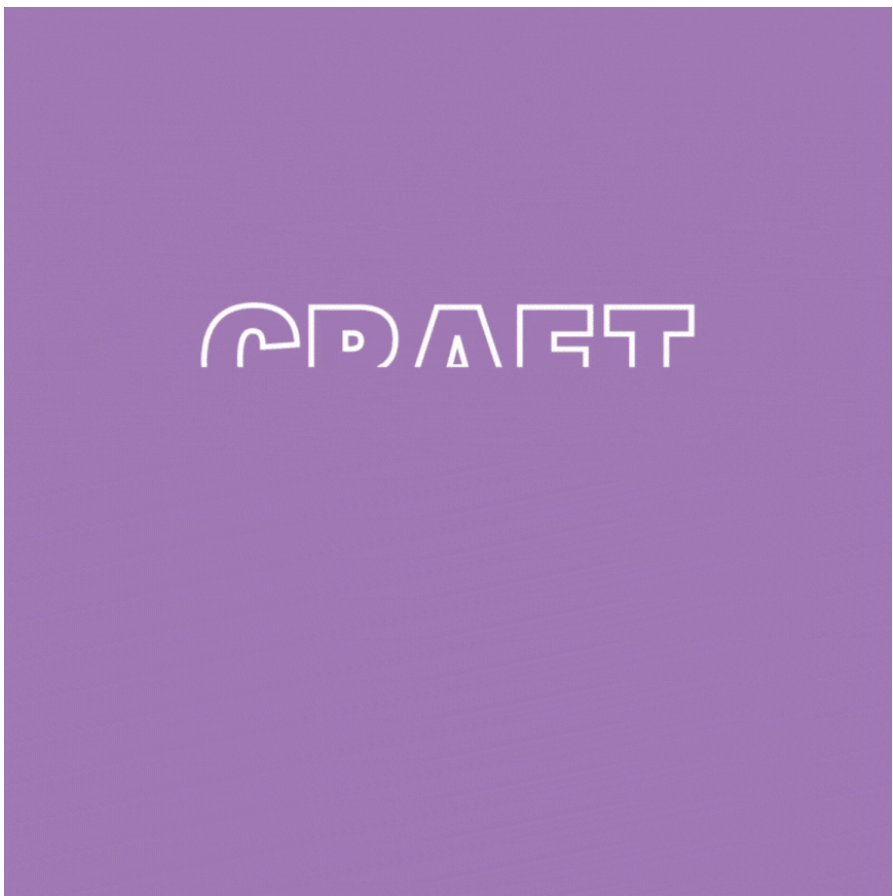
Gezonde voeding is belangrijk voor iedereen. Het geeft je energie, helpt je gezond te blijven en verkleint de kans op ziekten. Maar het huidige voedselsysteem sluit niet goed aan op ons welzijn en ook niet op die van onze planeet. We zullen anders moeten gaan eten om nu en in de toekomst alle wereldbewoners vitaal te houden en verantwoord te kunnen laten eten binnen de grenzen van de planeet. Als cateraar hebben wij hier een belangrijke rol in. Het betekent een menu met meer groente, fruit, peulvruchten, noten en volkoren granen en minder vlees, vis, zuivel en eieren op de borden.

Gezonde Schoolkantine

Appel is partner van het Akkoord Gezonde Voeding op Scholen, dat wordt beheerd door JOGG. Binnen het akkoord werken we met de 'Richtlijn Eetomgevingen voor Scholen' van het Voedingscentrum. Deze richtlijn vormt de basis van onze foodconcepten Food You Love voor het voortgezet onderwijs en Craft voor het mbo.

In 2023 hebben we Craft 2.0 uitgewerkt, waarin gezonde voeding en duurzaamheid een nog prominenter rol innemen. We zijn klaar om met onze opdrachtgevers en leveranciers de transitie van 'future friendly' naar 'future proof' te maken.

Met het Deltion College in Zwolle is de eerste samenwerking volgens het nieuwe Craft 2.0 concept opgezet.



WIST JE DAT: ZOWEL ONS BRUINBROOD ALS ONS WITBROOD, WEINIG ZOUT ÉN EXTRA VEZELS BEVAT? ZO WORDT EEN GEZONDE KEUZE ALTIJD EEN MAKKELIJKE KEUZE.

Go Green

Go Green is een van de pijlers, waarmee we het duurzame karakter van Craft 2.0 graag meer willen laten zien. In de praktijk betekent dit dat:

We alleen acties inzetten die duurzaam en gezond zijn.

We de voorkeur geven aan producten met een keurmerk.

Het aanbod voor minimaal 60 procent vegetarisch en gezond is.



GOOD & GREEN

Voor onze campus- en bedrijfsrestaurants ontwikkelden we Good & Green. Met Good & Green willen wij onze gasten en opdrachtgevers stimuleren betere keuzes te maken voor hun eigen gezondheid en het milieu. Daarnaast streven we naar meer bewustwording over gezond en duurzaam eten en laten we zien hoe leuk en lekker dit kan zijn. Voor de basis van Good & Green volgen we de Richtlijn Eetomgevingen, de MVI-criteria en EAT-Lancet.

In 'Het menu van de toekomst' komt het allemaal samen met gezond (Good) en plantaardig eten (Green) als uitgangspunt, aangevuld met gezonde en duurzame initiatieven, die we op locatie extra in de schijnwerpers zetten. De focus ligt op fruit en groenten uit het seizoen, noten en peulvruchten en minder dierlijke producten. De banquetingmap is in de basis zelfs vegetarisch. De menucyclus voor onze bedrijfs- en campuslocaties bevat minimaal 50% gezonde producten en maximaal 20% vlees en vis. Bij het Erasmus MC tekenden we het convenant "gezonde voeding dat proef je" en is zelfs 70% van ons aanbod gezond. Om onze voortgang te bewaken en snel in te kunnen spelen op de wensen van de gasten staan we in nauw contact met de locatie, zodat we het assortiment perfect kunnen afstemmen.

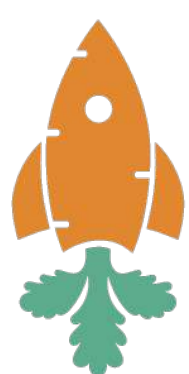


Fit met Vezels

Driekwart van de Nederlanders eet onvoldoende vezels. Dat is jammer, want juist vezels zorgen voor meer energie, de opbouw van een hogere weerstand en een gelukkiger gevoel. Samen met de Maag Lever Darm Stichting organiseerden we de campagne 'Fit met Vezels' in het restaurant van Het Huis voor de Gezondheid in Amersfoort. Gasten kregen smakelijke en extra vezelrijke gerechten geserveerd, om zo het bewustzijn van de voordelen van vezels te stimuleren.

VITALITEIT & DUURZAAMHEID

VITALITEIT & DUURZAAMHEID



PLANT POWER



Inspiratiweek Plant Power

De Nationale Week zonder Vlees en Zuivel combineerden we in 2023 met onze inspiratiweek Plant Power. In deze week gaven we extra aandacht aan plantaardige producten en gerechten zonder vlees en zuivel. Het doel was vooral inspireren en laten zien dat je eindeloos kunt variëren met groenten, fruit, peulvruchten, noten en volkoren granen. Het was een smakelijke week, barstensvol kleuren, lekkernijen én boordevol vitaminen.

WIST JE DAT: ONZE CROISSANTS VOLLEDIG PLANTAARDIG ZIJN EN ONZE KOFFIE ZELFS CO₂-NEUTRAAL IS?

Biologisch, lokaal en uit het seizoen.

Kleine stappen kunnen samen grote veranderingen teweegbrengen.

Samen met onze AGF-partner zorgden we dat 80% van onze aardappelen, groente en fruit (AGF) tegenwoordig seizoensgebonden en afkomstig is van Nederlandse boeren en telers. In het geval dat we toch producten buiten Europa moeten inkopen, zijn deze altijd gecertificeerd.

Daarnaast hebben we onze foodmiles verder teruggebracht door onze baguettes voortaan in Nederland in plaats van uit Frankrijk in te kopen.

Tijdens de Biokennisweek in januari hebben we met onze opdrachtgevers, de gemeente S-Hertogenbosch en HAK, een intentieverklaring ondertekend om binnen drie jaar minimaal 50% biologische en/of lokale producten op te nemen in de catering op deze locaties. We werken hiervoor samen met Udea.

ZERO WASTE

Voedselverspilling

De productie van voedsel heeft een grote impact op het klimaat en de natuur. Om verspilling tegen te gaan, namen we verschillende initiatieven. Zo lanceerden we op onze onderwijslocaties een nieuwe kassa-layout en dashboard, waardoor medewerkers beter kunnen bepalen welke maatregelen ze kunnen nemen tegen voedselverspilling. Ook bevat ons assortiment standaardproducten die verspilling in de voedselketen tegengaan. Op diverse locaties zetten we de Orbisk Foodwaste Monitor in en producten die we aan het einde van de lunch over hadden verkochten we als verrassingspakket via Too Good To Go.



Tijdens de Verspillingsvrije Week in september daagden we de gasten in onze restaurants en schoolkantines uit om zo min mogelijk voedsel te verspillen. Op locatie serveerden we verspillingsvrije gerechten en producten die verspilling in de keten tegengaan, zoals Sunt bananenbrood.

Minder (plastic) soap

Mede door de verdere uitrol van het verbod op wegwerpplastic (de SUP-wetgeving) maakten we onze verpakkingen en disposables plasticvrij en is ons aanbod herbruikbaar servies en verpakkingen uitgebreid. Zo wordt de BillieCup, een herbruikbare koffiebeker, nu ook binnen de koffiedienstverlening van onderwijslocaties gebruikt. Ook kunnen gasten op al onze locaties, naast plastic statiegeldflesjes, ook hun statiegeldblikjes inleveren of doneren.

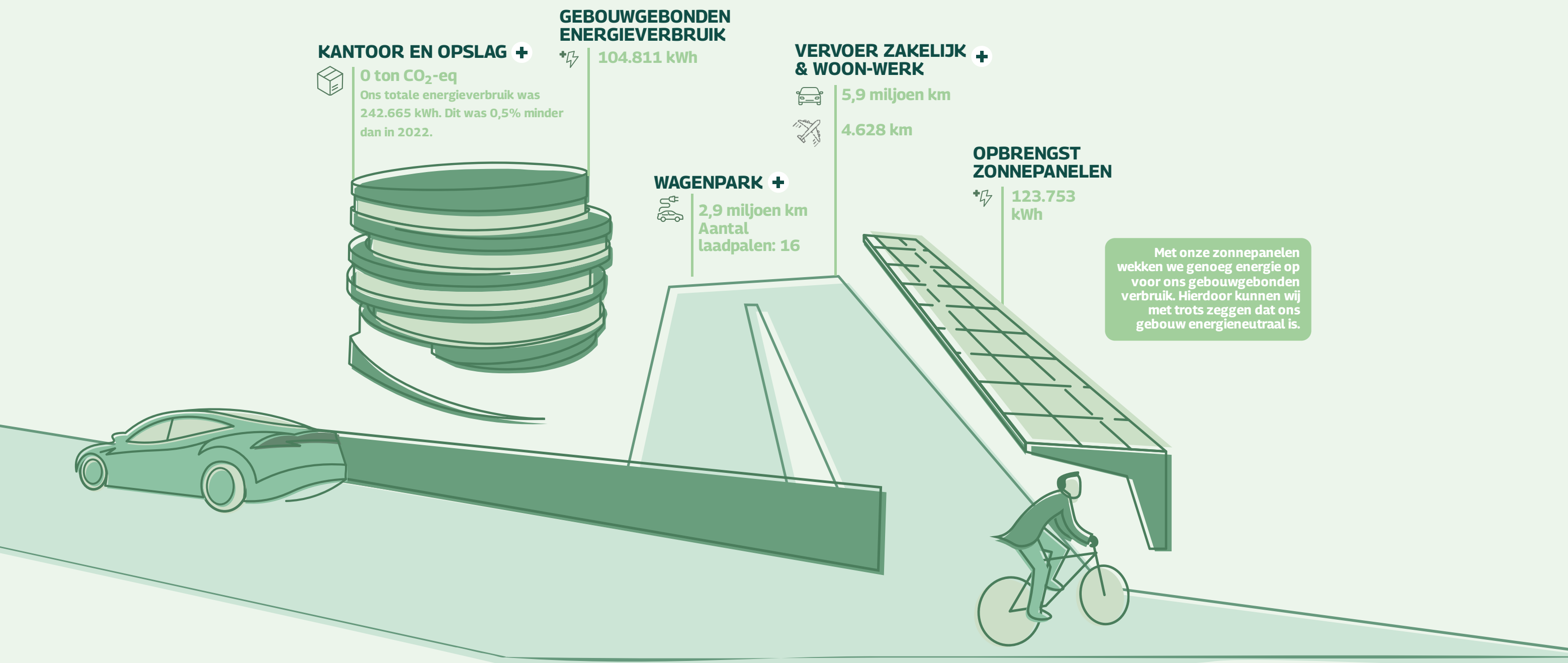


Wist je dat de sloven die we dragen bij TU Delft gemaakt zijn van gerecycled plastic uit de zee?

Faciliteiten & vervoer

ONZE ORGANISATIE +

totaal 17.057 ton CO₂-eq
per maaltijd 112 gram CO₂-eq



Facts & Figures

INZAMELING STATIEGELD

In totaal zamelden we 321.883 flesjes en blikjes in en werd € 11.280 gedoneerd aan onze partner Plastic Soup Foundation en lokale goede doelen.

GEZONDE DUURZAME VOEDING

53,8% gezond volgens de richtlijn eetomgevingen
33% plantaardige eiwitten
158 Gezonde Schoolkantine schalen, waarvan 135 gouden schalen

DERVING

In 2023 vermeden we 22.128 kg CO₂e uitstoot met 8.851 verrassingspakketten.

DISPOSABLES

In 2023 reduceerden we het gebruik van disposables met 15%. Door de maatregelen van de SUP-wetgeving verwachten we dit in 2024 nog verder te kunnen reduceren.

ONZE LOCATIES

15.576 ton CO₂-eq

TOPKEURMERKEN

13,7%

Hoe nu verder

Om onze doelstellingen te realiseren gaan we Good & Green uitbreiden. Binnen de verschillende concepten zal het menu, de menucyclus, het enkelvoudig assortiment en het banquetingaanbod een steeds groter en aantrekkelijker aandeel gezonde en duurzame producten bevatten. Ook gaan we voor steeds meer van onze belangrijkste thema's doelstellingen bepalen en structurele verbeterprogramma's inrichten, aansluitend op de richtlijnen van CSRD en B Corp. Hierdoor kunnen we echt een verschil kunnen maken. Zo maken we samen mensen blij, ook toekomstige generaties!



FINANCIËEL

Onze ambitie

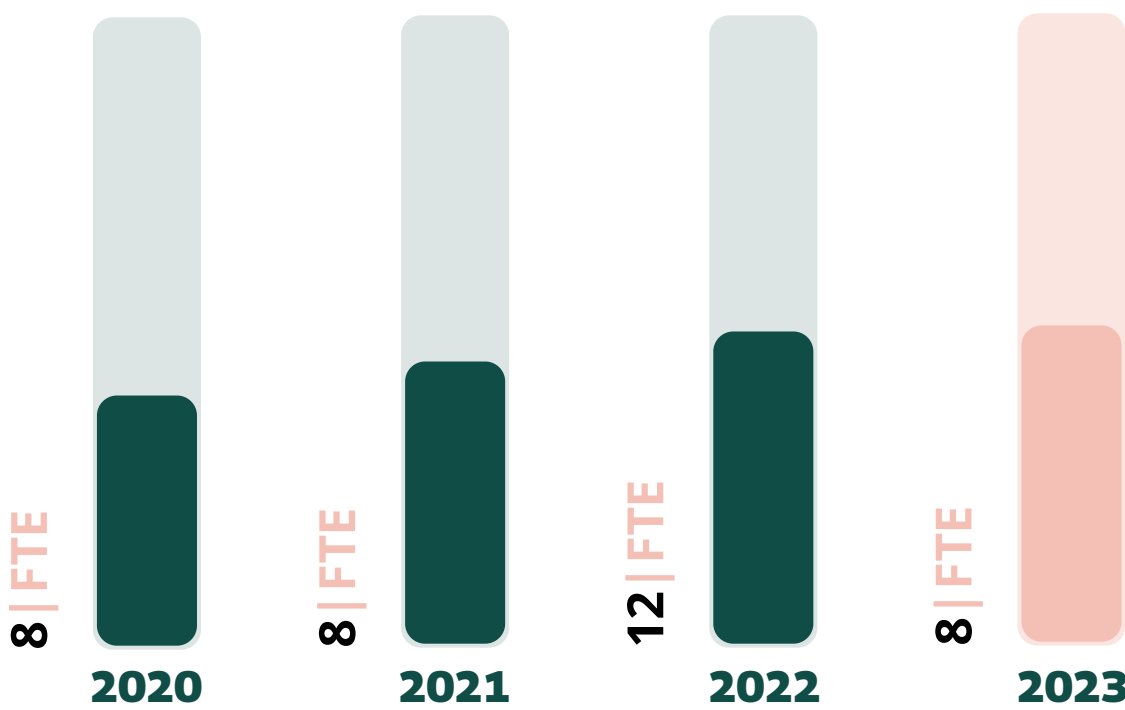
Onze ambitie is om te groeien in omzet met behoud van voldoende rendement voor een duurzame bedrijfsvoering.

Financieel resultaat

Het jaar 2023 is een jaar waarin we weer echt normaal kunnen opereren. In 2023 werden de effecten van de stappen, die gezet zijn in de jaren van corona, dan ook zichtbaar. Enerzijds leidden de gewonnen contracten tot de omzet die we daarop voorzien hadden. Anderzijds leidden de gezette stappen om de basis op orde te krijgen, tot een verbetering van marges.

Uitdagingen die wel vanuit 2022 doorgezet zijn, waren het vinden van de juiste medewerkers en het dealen met de stijgende inkooprijzen in de aanleverketen. In 2023 ging er veel aandacht naar het monitoren van deze stijgingen en acties, om deze stijgingen te mitigeren.

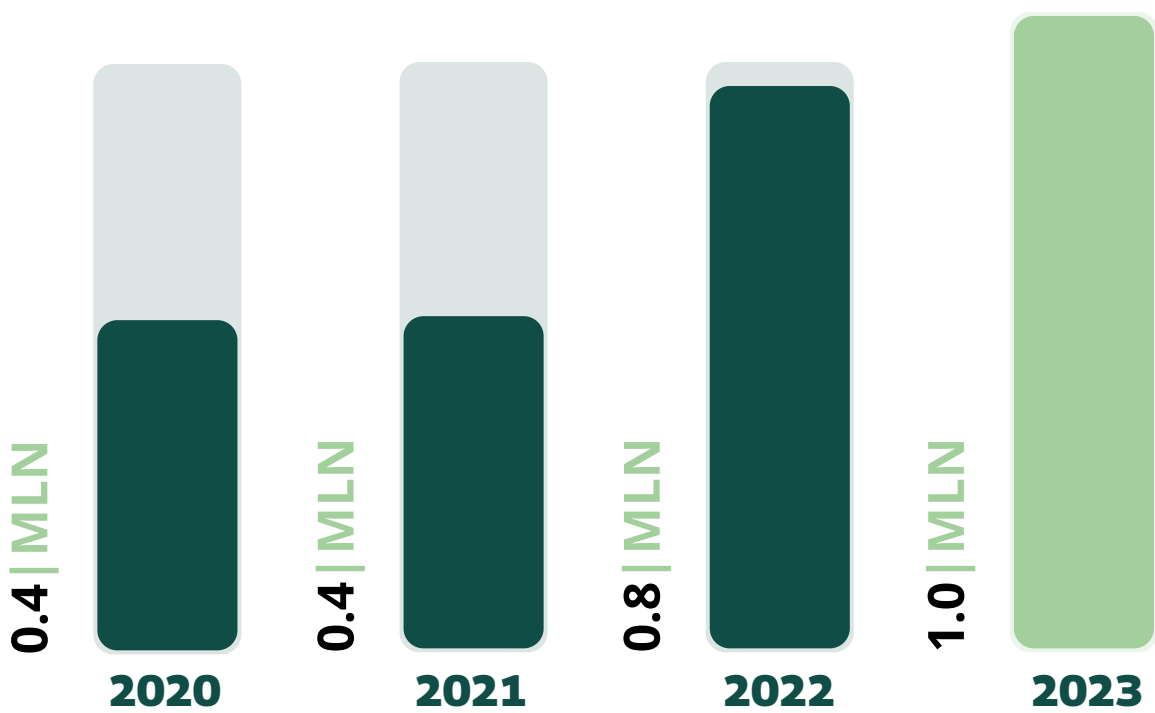
De omzet nam in 2023 flink toe ten opzichte van de voorgaande jaren. Over het hele jaar 2023 steeg de omzet tot 114,1 miljoen. Deze groei in omzet leidde tot een resultaat voor belasting van 10,7 miljoen.



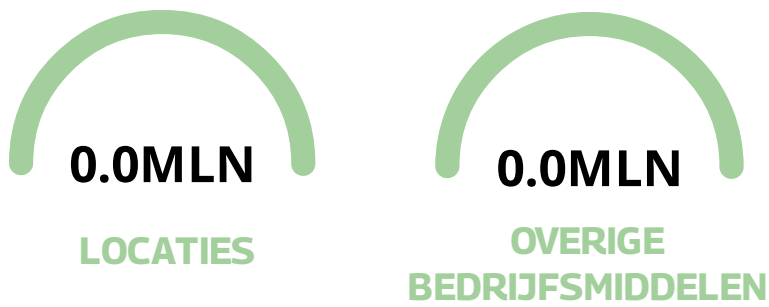
Contracten

Ook in het afgelopen jaar waren er weer behoorlijk wat verschuivingen in contracten. We hebben mooie nieuwe contracten gewonnen, maar verloren helaas ook de nodige contracten. Per saldo nam het aantal locaties iets af ten opzichte van 2022. Daarbij waren het met name kleine locaties die stopten.

Omzet



Investering



RESULTAAT
voor belastingen

Hoe nu verder

We zien dat de omzetten op locaties iets doorgroeien ten opzichte van 2023, maar tegelijkertijd zien we de kosten ook behoorlijk stijgen. Door elke dag een stukje beter te worden, verwachten we de marges nog wel te kunnen laten stijgen. Daarnaast zullen we in 2024 ook weer meer gaan investeren om ons verder klaar te maken voor de toekomst. We zetten vol ambitie de eerste stappen om dit in 2024 te realiseren.

0.0MLN

TOT VOLGEND JAAR!



- Nawoord

“Na het mooie 2023 ziet het nieuwe jaar er ook veelbelovend uit. De eerste grote verandering is onze naam, al onze activiteiten gaan per 1 januari 2024 verder onder de naam Appèl. We gaan ons verder focussen op het verbreden van de catering voor alle generaties, waarbij we zeker gaan uitbreiden binnen de basisscholen.

We willen de meest innovatieve en duurzame cateraar zijn en blijven. Het ingezette traject om een gecertificeerde B Corp te worden, hopen we halverwege het nieuwe jaar officieel te kunnen maken.

Nu de basis in het bedrijf op orde is, zal 2024 het jaar worden waarin we ons meer op de pijler innovatie gaan toeleggen. Te beginnen met het uitbreiden van onze activiteiten door middel van zelfgemaakte voedingsmiddelen. In het nieuwe pand, vlakbij ons kantoor, gaan we producten ontwikkelen in ons innovatielab. Op termijn hopen we gezonde, eerlijke en duurzame producten te kunnen aanbieden onder een private label, maar we beginnen rustig aan met een bijzondere pizzasaus, die iedereen niet lang na het verschijnen van dit jaarverslag kan proberen op verschillende locaties.

Het is prachtig om te zien dat we een weg zijn ingeslagen als onderneming die ons allemaal, mens, dier en planeet, goed doet. Samen mensen, van jong tot oud, blij maken met lekker, gezond en duurzaam eten, dat is waar we het voor doen en ons de komende jaren hard voor blijven maken.”

Tot volgend jaar!

Hans van Veen
Algemeen Directeur