

True pricing

Bij catering in de praktijk

Door Pauline Rosenberg, Sustainability Specialist Vermaat

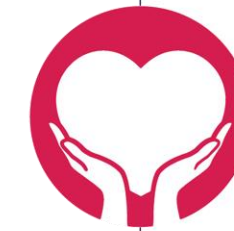


vermaat

In onze wereld van
eten & drinken valt
nog veel te winnen.



Let's cater for the
FUTURE
together



People

We streven naar een open cultuur waarin iedereen zich welkom voelt en mee kan doen.

onze doelen

Diversiteit **Inclusiviteit**



Product

We streven naar positieve impact op het welzijn van onze gasten.

onze doelen

Gezondheid en welzijn **Verantwoord inkopen**



Planet

We streven ernaar om onze impact op de planeet te verlagen.

onze doelen

Afvalreductie **CO₂-emissies**

Partnerships

Alleen ga je snel, samen kom je verder.
Met deze werkwijze kunnen we onze Food Vision 2027 doelen bereiken, samen impact maken en de keten veranderen.

Let's cater for the future together.

Wat willen wij bereiken met Food Vision 2027

Onze doelen voor 2027



People

We streven naar een open cultuur waarin iedereen zich welkom voelt en mee kan doen.



Diversiteit

Ons doel is om de diversiteit in onze organisatie te vergroten.

Inclusiviteit

Ons doel is om bij te dragen aan een inclusieve samenleving waarin meer mensen kunnen deelnemen aan de arbeidsmarkt.



Product

We streven naar positieve impact op het welzijn van onze gasten.



Gezondheid en welzijn

Ons doel is om het welzijn van onze gasten positief te beïnvloeden door het aanbieden van een gezond aanbod.

Verantwoord inkopen

Ons doel is om positieve impact te maken op mens, milieu en dier door het aanbieden van een verantwoord aanbod.



Planet

We streven ernaar om onze impact op de planeet te verlagen.



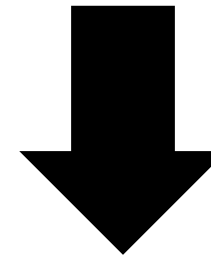
Afval

Ons doel is om ons voedsel- en plastic afval te verminderen.

CO₂-emissies

Ons doel is om klimaatneutraal te zijn.

De True Price gap van alles dat we kopen



Ook bij Vermaat kiezen we onbewust voor producten met een grote sociale en milieu impact

Bij Vermaat nemen we onze verantwoordelijkheid voor de planeet serieus. Met True Price willen we onze ecologische voetafdruk verkleinen en een voedselsysteem creëren dat duurzaam is en voordelen biedt voor toekomstige generaties.



Daarom startten we een pilot met True Price..

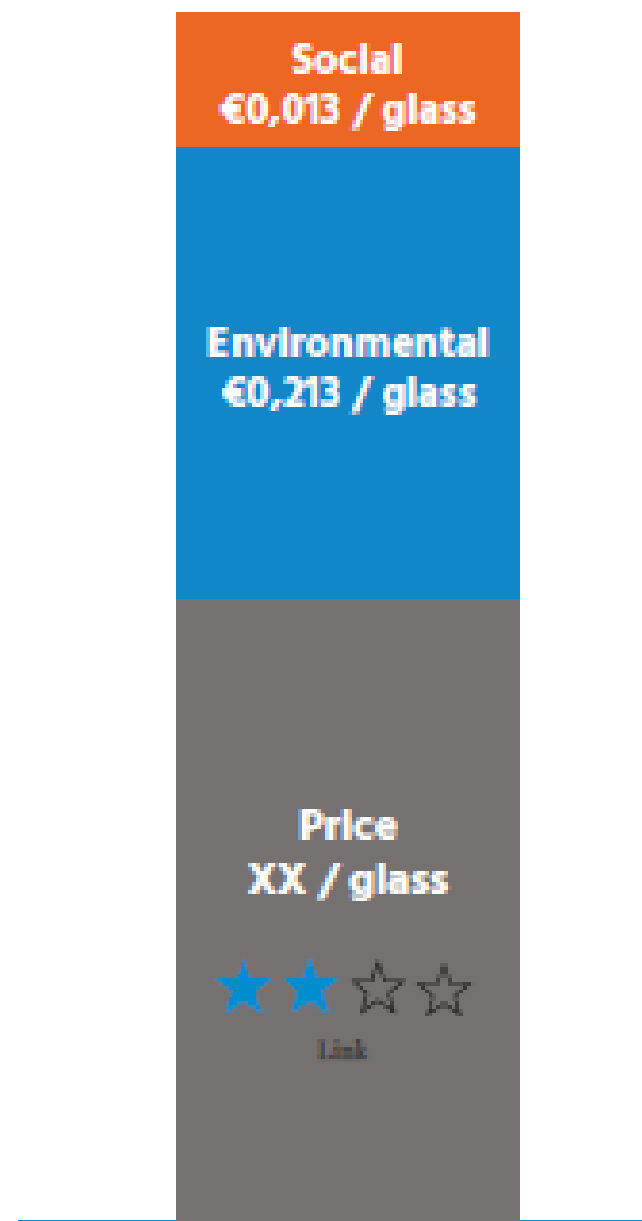
- Pilot van 3 maanden
- 13 locaties
- 3 producten berekend door True Price: eieren, melk, croissant
- Communicatiematerialen
- Keuze voor de gast: wel of niet betalen?
- Gasttevredenheidsonderzoek in samenwerking met de WUR
- Remediëring met eierproducent JEGG



PRODUCT 2: GEKOOKT EI



True price gap: €0,226 / egg (58 g)



	Climate change	€0,043	19%	
	Water use	€0,001	<1%	
	Land use	€0,078	35%	
	Air pollution	€0,057	25%	
	Water pollution	€0,029	13%	
	Material use	€0,005	2%	
	Child labour	€0,011	5%	
	Poverty	€0,002	1%	



Teelt

€0,224

99%

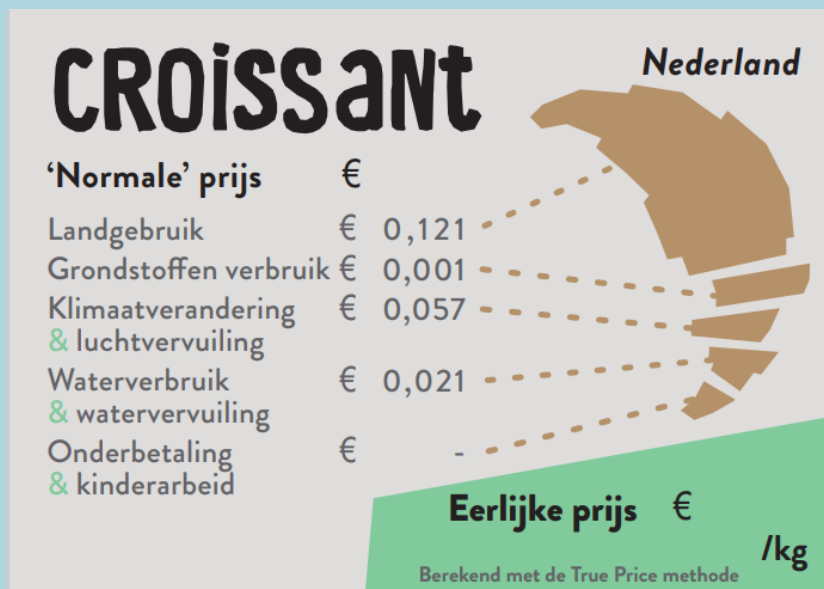
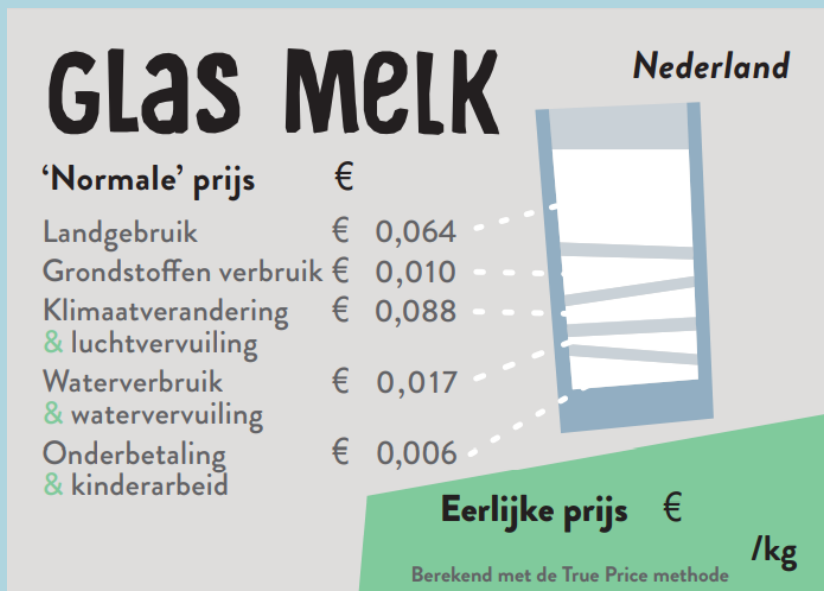
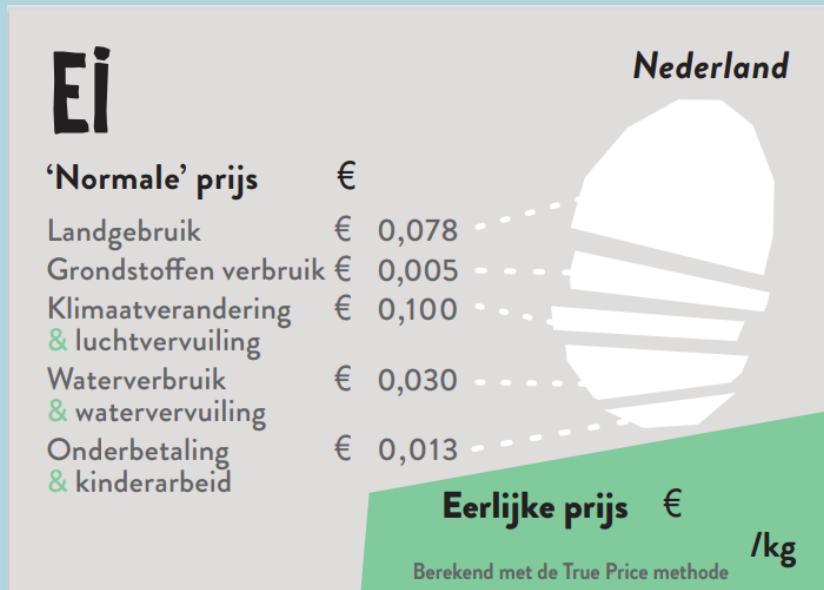


Transport

€0,002

1%

Communicatie in de restaurants



EERLIJKE PRIJZEN IN DIT RESTAURANT

Heb je weleens van de True Price gehoord? Dat zijn prijzen waarin ook de verborgen kosten zijn verwerkt die je normaal niet op het prijskaartje terugvindt. Deze kosten worden dus ook niet doorbelast. Denk hierbij aan onderbetaald arbeid, de impact op dierenwelzijn of schade aan het milieu. Dit moet veranderen, anders betalen we hier later de échte prijs voor.

Van 26 september t/m 5 december 2022 organiseren we samen met jouw bedrijf een pilot waarin we waarin we eerlijke prijzen berekenen en doorbelasten. Dit doen we voor eieren, melk en croissants. We onderzoeken de True Price en het effect op onze gasten van het tonen van de eerlijke prijs.

En waar gaat die extra opbrengst dan heen?
We investeren 100% in het onderzoek Welfare Quality vanuit Wageningen Livestock Research. De uitvoering zal plaatsvinden bij pluimveehouderij Eike. Deze ultra duurzame farm - die onze eieren levert - gebruikt de bevindingen voor de verlaging van milieu-impact en verbetering van dierenwelzijn. Zo dragen we bij aan een eerlijker voedselsysteem. De resultaten worden na afloop gedeeld.

Eerlijk eten.
De producten zijn terug te vinden op de gebruikelijke plek in het restaurant. Meer weten over True Price? Scan de QR-code.

Deze pilot wordt uitgevoerd in samenwerking met het Ministerie van Landbouw en Voedselveiligheid, Wageningen University & Research en de Impact Institute.
Heb je een vraag over dit project? Neem gerust contact op met: truepricevermaat@vermaatgroep.nl

FAIR PRICES IN THIS RESTAURANT

Have you ever heard of the True Price? These are prices that also include hidden costs that you would normally not find on the price tag. These costs are therefore not charged on. Think of underpaid labour, the impact on animal welfare or damage to the environment. This must change, otherwise we will pay the real price later.

From 26 September to 23 December 2022, we are organising a pilot with your company in which we calculate and pass through fair prices. We do this for eggs, milk and croissants. We are investigating the True Price and the effect on our guests of showing the fair price.

And where does the extra income go?
We invest 100% in the research Welfare Quality from Wageningen Livestock Research. The implementation will take place at poultry farm Eike. This ultra-sustainable farm - which supplies our eggs - uses the findings to reduce environmental impact and improve animal welfare. In this way, we contribute to a fairer food system. The results will be shared afterwards.

Honest food.
The products can be found at the usual place in the restaurant. Want to know more about True Price? Scan the QR code.

This pilot is carried out in cooperation with the Ministry of Agriculture and Food Safety, Wageningen University & Research and the Impact Institute.
Do you have a question about this project? Feel free to contact: truepricevermaat@vermaatgroep.nl

HALLO WERELD VERBETERAAR!

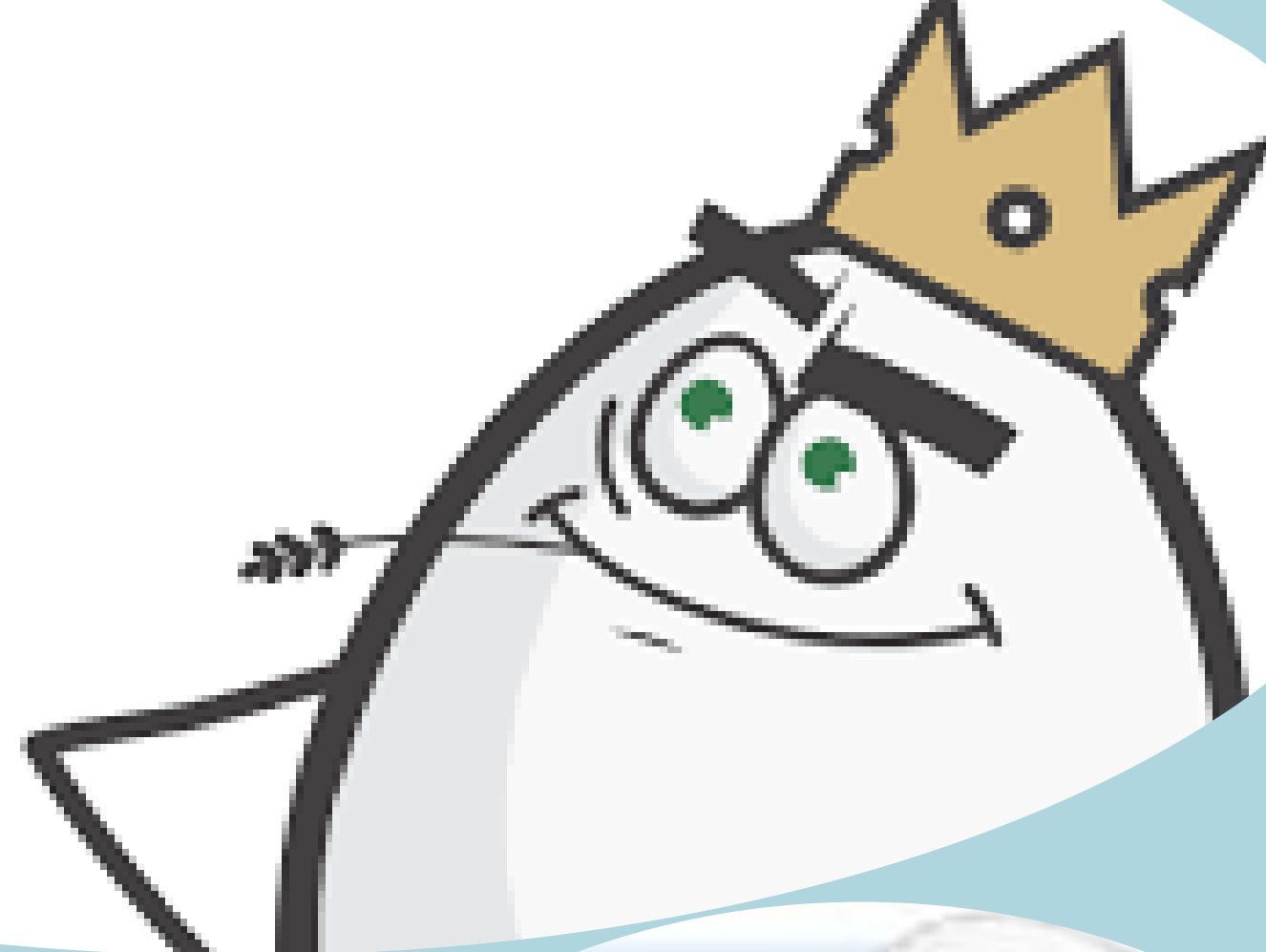
In overleg met jouw werkgever betaal je de komende maanden de True Price voor dit product. Bedankt! Zo draag jij bij aan een eerlijker voedselsysteem. Voor iedereen.

Meer weten? Scan de QR-code.

Heb je een vraag over dit project? Neem gerust contact op met: truepricevermaat@vermaatgroep.nl

Remediëringsproject

Let's kick some eggs!



Tijd voor een vervolgonderzoek..

- 10 extra producten berekend
- Met groot volume
- Tegengestelden in dierlijks vs plantaardig
- Ook samengestelde gerechten zoals een broodje tonijnsalade



Bevindingen van het nieuwe onderzoek

ANALYSIS | TUNA AND VEGETARIAN SANDWICH

Social Costs

Underpayment (58%) and Child labour (42%) are the largest contributors to the Tuna sandwich's social costs.

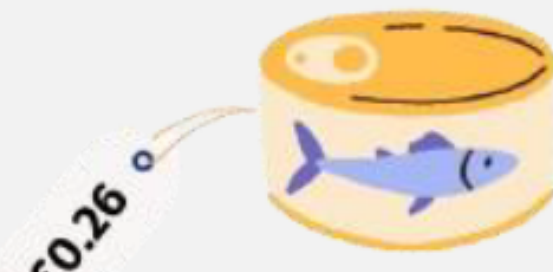
Tuna is the largest contributing ingredient to both underpayment and child labour. Based on the data available, we assume tuna is sourced from Ecuador, where the seafood industry has been linked to child labour and forced labour in recent years (Monterey Bay Aquarium Foundation, 2022).

Environmental Costs

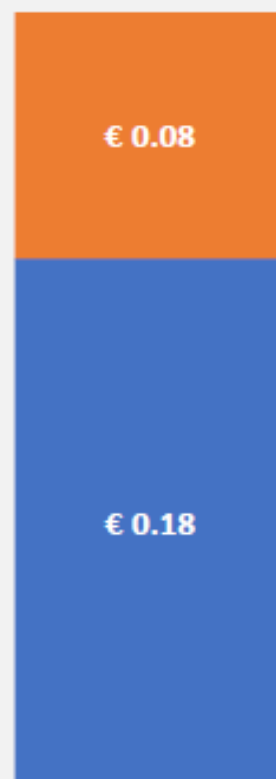
Air Pollution (30%) and Land Occupation (40%) are the largest contributors to the Tuna sandwich's environmental costs.

Air pollution stems primarily from carbon dioxide emitted in the vessel use and maintenance bringing the fish ashore. Impact on land occupation comes predominantly from sunflower oil production.

Tuna Sandwich (236g)



€0.26

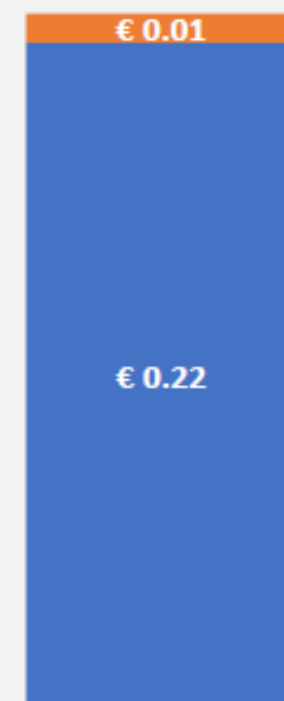


Tuna

Vegetarian sandwich (263g)



€0.23



Vegetarian

■ Environmental costs ■ Social costs

Social Costs

Underpayment (68%) and Child Labour (27%) are also the largest contributors to the vegetarian sandwich's social costs.

However, with the majority of ingredients being sourced from the EU/US, the social costs associated with the vegetarian sandwich are relatively small, coming to a total of €0.01.

Environmental Costs

Air Pollution (29%) and Land Occupation (34%) are the largest contributors to the vegetarian sandwich's environmental costs.

Red peppers have the greatest impact on air pollution, while olive oil is responsible for most of the sandwich's impact on land occupation and use of scarce water. Using olive oil over sunflower oil is one of the main reasons the vegetarian sandwich has a larger environmental impact of €0.04.

Bevindingen van het nieuwe onderzoek

ANALYSIS | MEAT AND VEGETARIAN KROKET

Social Costs

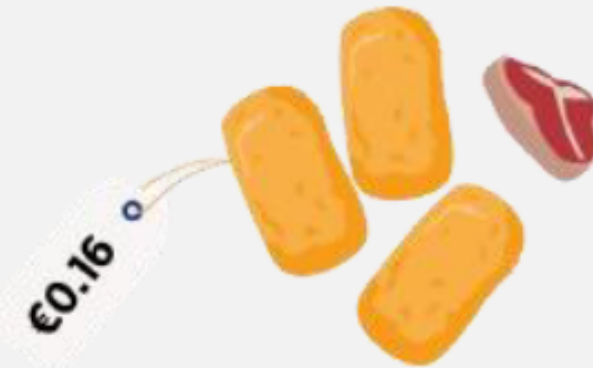
Underpayment (60%) and Child labour (34%) are the largest contributors to the meat kroket's social costs. However, with the majority of ingredients being sourced from the EU/US, the social costs associated with the kroket are relatively small. This project only focuses on impacts at the farm-level. Other risks occurring at other stages of the value chain (for example during meat packaging) are out of scope.

Environmental Costs

Contribution to Climate Change (37%) and Land Occupation (35%) are the largest contributors to the environmental costs.

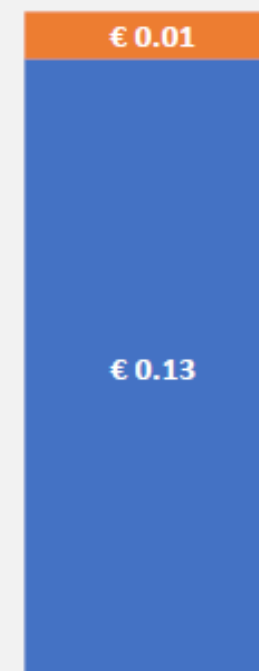
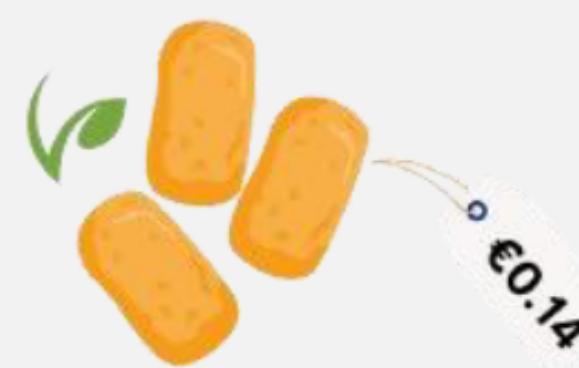
While beef is approximately 20% of the total ingredients, it accounts for approximately 80% of the total true price gap. Beef production requires a large amount of land for grazing, but also for growing livestock feed.

Beef kroket (50g)



Beef

Vegetarian kroket (52g)



Vegetarian

■ Environmental costs ■ Social costs

Social Costs

Underpayment (59%) is the largest contributor to the vegetarian kroket's social costs.

Both the meat and vegetarian kroket contain palm oil, and the underearning impact of this ingredient is out of scope. Consequently, the social impacts may be underestimated.

Environmental Costs

Air pollution (35%) and land occupation (36%) are the main contributors to the environmental costs of vegetarian krockets.

Vegetarian wire meat (dehydrated egg whites), significantly increases air pollution and land occupation due to chicken farming for egg production. Consequently, the vegetarian kroket has a greater air pollution impact than the beef alternative.

Bevindingen van het nieuwe onderzoek

ANALYSIS | CAPPUCCINO* - COW MILK AND OAT MILK

Social Costs

Underearning (41%) is the largest contributor to the cow milk cappuccino's social costs.

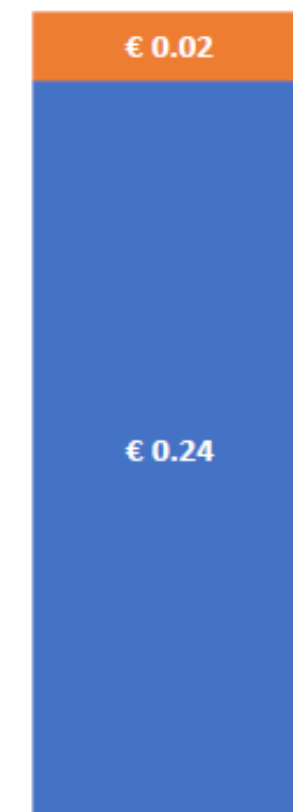
This is driven by underearning amongst smallholder coffee farmers. Based on secondary data, it is estimated that Honduras has the largest gap from the so-called living income benchmark (income necessary for a decent standard of living).

Environmental Costs

Air Pollution (55%) and Contribution to Climate Change (21%) are the largest contributors to the cow milk cappuccino's environmental costs.

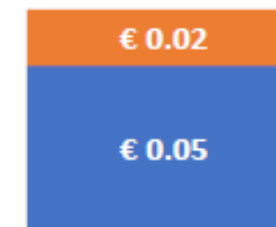
Cow milk has a higher true price gap largely because of its high environmental impacts, particularly linked to ammonia (NH₃) emissions.

Cow milk cappuccino (150ml)



Cow Milk Cappuccino

Oat milk cappuccino (150ml)



Oat Milk Cappuccino

■ Environmental costs ■ Social costs

Social Costs

Underearning (50%) is the largest contributor to the oat cappuccino's social costs coming almost entirely from coffee production.

For the oat cappuccino, 78% of the total true price gap comes from coffee production, while for the cow milk cappuccino, 79% of the total true price gap comes from milk production.

Environmental Costs

Land Occupation (46%) and Contribution to Climate Change (27%) are the largest contributors to the oat cappuccino's environmental costs.

Oats are the ingredient with the largest environmental impact with land occupation being the largest contributor among the impacts in scope (linked to the production of oat grains).

Next steps..

- True prices op dit event voor de Climate Cleanup, Voedselbos Bosnodig
- 13 True Price producten in minimaal 50 restaurants
- True Price de standaardprijs
- Verschillende remediëringsprojecten worden gelinkt aan de grootste True Price gaps
- Verduurzaming van onze supply chain

Food Forest Bosnodig

