



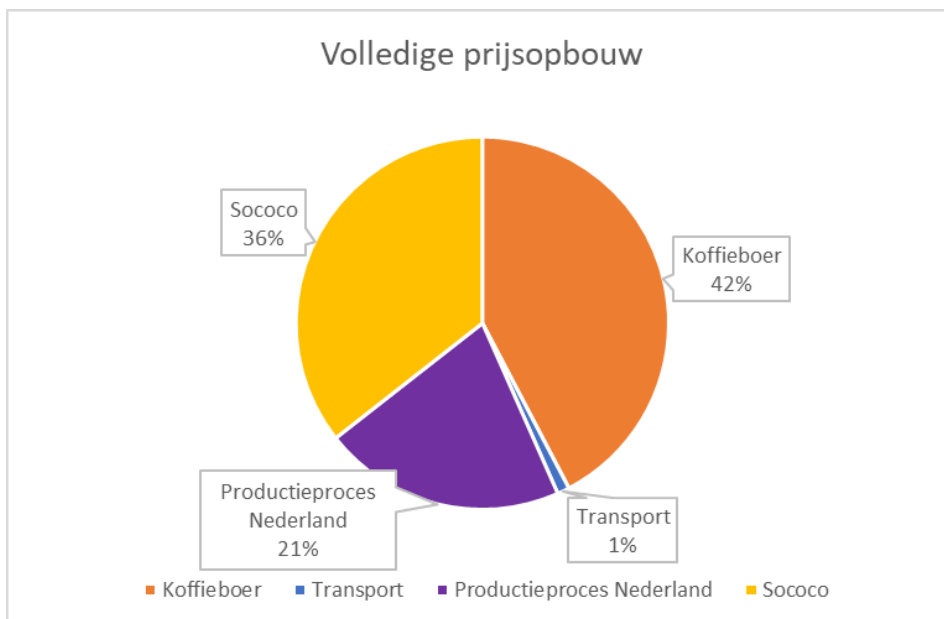
## Toelichting financieel beleid SOCOCO

SOCOCO heeft twee pijlers: de verkoop van eerlijke koffie en het stimuleren van talent en creativiteit in Nederland. Er is een onderlinge verbondenheid tussen beiden, ook qua financieel beleid. Zo hangen voor ons de afname van de koffie en het leerwerktraject samen.

### Koffie

Wij halen onze koffie uit Guatemala en hebben een directe samenwerking met een Guatemalteekse koffieboer-familie. De koffie is hoogwaardige single origin Specialty koffie. De prijs van de koffie wordt dan ook door de koffieboer bepaald. Deze SOCOCO prijs ligt ver boven de prijs van koffie op de wereldmarkt (zelfs met de stijgende prijzen op de wereld koffiemarkt) en boven de kostprijs van de boer. De koffieboer heeft dus een grote rol en bepaalt welke prijs er nodig is om op een maatschappelijk verantwoorde manier koffie te verbouwen en werknemers een eerlijk inkomen te kunnen bieden.

Transparantie over de koffieprijs en de relatie die we hebben met de koffieboer staat hierbij centraal. In ons impact rapport hebben we onze prijsopbouw van koffie inzichtelijk gemaakt. Zo is voor iedereen inzichtelijk hoeveel er uiteindelijk bij de koffieboer en andere schakels terecht komt. Ons impact rapport is voor iedereen te downloaden via onze website. Transparantie hierover vinden we erg belangrijk. In het taartdiagram hieronder kun je de volledige prijsopbouw zien van een zak SOCOCO koffie. 42% van de prijs blijft achter bij de koffieboer. Transport naar Nederland is ongeveer 1% van de prijs. 21% van de prijs zit in het productieproces in Nederland, onder andere om de koffie te branden en de kosten voor de verpakkingen te dekken. 36% is nodig bij SOCOCO, om de operationele kosten te dekken. Hier valt onder andere de overhead, de vaste lasten, de investeringen, een stukje marketing, etc. onder. Daarnaast wordt een deel van dit percentage gereserveerd voor de ontwikkeling van leerwerktrajecten in Nederland.





We hebben direct contact met de koffieboer en zijn op de hoogte van de verschillende projecten die worden opgezet. Deze projecten kunnen worden opgezet, door de winst die door de koffieboer wordt behaald met de verkoop van koffie. De koffieboer bepaalt welke projecten worden opgezet en kan dit zelf opzetten door de prijs die wij en andere afnemers betalen voor de koffie. Voor meer informatie over deze projecten, verwijzen we u graag door naar ons impact rapport. De koffieboer heeft dus veel agency in dit proces, helemaal volgens de SOCOCO principes. Het maken van een positieve impact is een voorwaarde. Voor meer informatie over onze relatie met de koffieboer, verwijzen we u graag door naar ons impact rapport.

De koffieboer stelt de prijs vast, kijkt wat nodig is. SOCOCO betaalt een meerprijs aan de koffieboer. Van deze meerprijs investeert de koffieboer in projecten of programma's die duurzaamheid vergroten, zowel op sociaal, economisch als milieuvlak. In deze projecten doen wij niet zozeer aan sturing: de koffieboer kent de lokale situatie immers het best. Momenteel heeft de koffieboer verschillende projecten lopen, rondom alle drie de verschillende aspecten van duurzaamheid. Monitoring gebeurt op basis van vertrouwen en aan de hand van kwalitatieve data. Gedurende het jaar is er een doorlopende dialoog met de koffieboer, onder andere over welke projecten er lopen. En Perry van Gils (oprichter SOCOCO) gaat elk jaar langs in Guatemala. Tijdens dit werkbezoek vinden er verschillende informele gesprekken plaats met de koffieboer en verschillende werknemers van de koffieboer, een soort kleine informele interviews.

De hogere prijs die we voor de koffiebonen betalen, geeft de koffieboer een basis om op een maatschappelijk verantwoorde manier te werk te gaan. SOCOCO verkoopt de koffie dan voor een hogere prijs. Het maken van een impact wordt in deze hogere prijs meegenomen. Hierdoor blijft er minder winst over van de koffieverkoop; we hadden onze koffie voor immers voor een lagere prijs kunnen verkopen als we niet deze hogere prijs aan de koffieboer hadden betaald. We vinden het echter cruciaal om deze eerlijke, door de koffieboer vastgestelde prijs te betalen. Deze missie is ook vastgelegd in onze statuten.

Onze producten verkopen we aan consumenten, maar ook aan bedrijven. Bij de koffievoorzieningen in kantoorpanden komt meer kijken, wat wij ook regelen voor bedrijven. Van machines tot creamer sticks, tot roerstaafjes. Ook hierbij staat een eerlijke prijs voor de producent centraal. Hierdoor vragen we ook een hogere prijs aan onze klanten. En zijn we transparant over de opbouw van deze prijs.

### **Het stimuleren van talent en creativiteit in Nederland**

Een groot onderdeel hiervan is ons leerwerktraject tot barista. Dit wordt toegelicht in de volgende alinea's. Daarnaast hebben we ook verschillende korte projecten lopen. We geven aan platform aan andere organisaties die talent en creativiteit in Nederland ondersteunen.



### Leerwerktraject tot barista

Onze tweede pijler is het leerwerktraject dat we rondom koffievoorzieningen hebben opgezet. Met dit leerwerktraject trainen we mensen die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben. Door middel van verschillende trainingen, het werken in een veilige omgeving waar fouten gemaakt mogen worden, persoonlijke begeleiding, etc., proberen we deze groep voor te bereiden op het (her)betreden van de arbeidsmarkt. De ontwikkeling van dit leerwerktraject is tot stand gekomen door investeringen die we konden doen vanuit de verkoop van onze koffie.

Dit leerwerktraject duurt 12 weken en hier vallen dus trainingen, persoonlijke begeleiding 'on the job', maar bijvoorbeeld ook werkkleding en lesmateriaal onder. We bieden dit traject aan voor een competitieve prijs, vooral aan gemeentes. We vragen geld voor dit traject, om dit traject goed aan te kunnen bieden. Er is per kandidaat vaak een budget beschikbaar. Dit boren wij aan om kandidaten terug te kunnen begeleiden naar de banenmarkt. Dit doen wij met een mooi traject, met veel persoonlijke aandacht en een stukje maatwerk. Voor dit traject maken we ook kosten, zowel materieel als in werkuren. Dan is het niet meer dan redelijk dat we ook een prijs vragen voor dit traject, die door organisaties wordt betaald.

De prijs van dit traject bedraagt €1950,- per kandidaat. €1750,- wordt aan SOCOCO uitgekeerd tijdens het traject en het andere deel (€200,-) wordt uitgekeerd als een kandidaat uitstroomt naar een betaalde baan. Op deze manier hebben we behalve de intentie om kandidaten te laten uitstromen, ook een commerciële verplichting tot uitstroom.

### Financieel beleid

Wij willen het verschil maken door onze impact centraal te stellen in ons businessmodel. Het gaat dus niet om zaken doen en met de winst iets goeds doen; wij hebben onze impact centraal gesteld in ons businessmodel. Dit wordt extra geborgd doordat het maken van deze positieve impact is vastgelegd in onze statuten en zelfs SOCOCO's oprichtingsacte. Een positieve impact maken is dus verankerd en een belangrijke voorwaarde in ons verdienmodel. Dit is natuurlijk de kern van sociaal ondernemerschap.

Door op deze manier te ondernemen, staat ons maatschappelijk doel centraal in elke schakel van de keten. We zijn transparant over de prijsopbouw van koffie en over onze inkomsten. Door een hogere prijs voor koffiebonen te betalen aan de koffieboer, onze duurzame manier van transport en onze investeringen in leerwerktrajecten, komen we onder de streep anders uit. Dit stukje meerwaarde wordt dus gebruikt voor community ontwikkeling in Guatemala, duurzaamheid in de keten en kansen creëren voor ongezien talent in Nederland.

SOCOCO is een b.v.. Met deze insteek kan SOCOCO op een (financieel) duurzame manier een positieve maatschappelijke impact maken. Als b.v. is SOCOCO niet afhankelijk van donoren en/ of subsidies, maar generen activiteiten hun eigen inkomsten. Dit draagt bij aan een bepaalde zekerheid en stabiliteit.



Ons maatschappelijk doel staat centraal. We maken winst door de verkoop van eerlijke koffie en het stimuleren van talent en creativiteit in Nederland. Deze winst kan worden uitgekeerd aan aandeelhouders. Waarom? Dit kan door de combinatie van de eerlijke prijs waar we mee werken en onze transparantie over de prijsopbouw. Naast onze volledige prijsopbouw, die in het impact rapport staat beschreven, publiceren we jaarlijks een beperkte balans van onze jaarrekening op onze website.

### **Winstbeperking**

De aandeelhouders hebben afspraken vastgelegd en ondertekend over winstbeperking. Zo wordt er de eerste drie jaar (2019, 2020 en 2021) sowieso geen winst uitgekeerd aan aandeelhouders, omdat SOCOCO eerst moet opbouwen. Na drie jaar, vanaf 2022, kan er wel winst worden uitgekeerd. Hierbij is afgesproken, dat maximaal 20% van de jaarwinst van de vennootschap is uit te keren als winst. De meerderheid van de aandeelhouders beslist hoeveel reserves er nodig zijn om continuïteit te waarborgen. Maximaal 20% van de jaarwinst kan worden uitgekeerd als winst, maar als er meer reserves nodig zijn kan dit naar beneden worden bijgesteld. Kortom, er zijn duidelijke afspraken over winstbeperking. Elke 5 jaar wordt er een nieuw dividendbeleid bepaald.

### **Adviesraad**

SOCOCO's impact is vastgelegd in haar missie en in de statuten en andere officiële afspraken. Daarnaast zijn we bezig met het aanstellen van een adviesraad. Deze adviesraad gaat raad geven aan het bestuur, op het gebied van maatschappelijke impact.

De adviesraad wordt nog aangesteld. Deze adviesraad zal eerst worden vastgelegd in een ondertekend reglement en op termijn in de statuten worden opgenomen.