

Duurzaamheidsverslag

Versie 1.1

Datum: 14-11-2025

Boodschap van het managementteam

Bij Gift Campaign zetten wij ons in voor een bedrijfsmodel dat resultaten combineert met verantwoordelijkheid, omdat wij ervan overtuigd zijn dat duurzame groei niet alleen duurzamer is, maar ook verstandiger.

Wij zijn van mening dat een goed ESG-beleid niet alleen waarde creëert voor de samenleving en het milieu, maar ook voor Gift Campaign en onze klanten. Het helpt ons betere beslissingen te nemen, samen te werken met leveranciers die onze principes delen en onze teams en klanten een samenhangend en doelgericht aanbod te bieden.

Ons doel is duidelijk: aantrekkelijke, nuttige en duurzame artikelen leveren die daadwerkelijk worden gebruikt. Wij geloven niet in promotieartikelen die na één keer gebruik in de prullenbak belanden. Wij zijn ervan overtuigd dat de toekomst van onze sector ligt in meer verantwoordelijkheid en duurzaamheid. En wij staan hierin niet alleen: steeds meer klanten vragen om duurzame producten, zij willen samenwerken met bedrijven met een sterk ESG-beleid, en de regelgeving wordt steeds strenger.

Om al deze redenen hebben wij besloten deze weg in te slaan. Een van onze eerste toezeggingen was de toetreding tot het Global Compact van de Verenigde Naties en het afstemmen van onze activiteiten op vier Duurzame Ontwikkelingsdoelen (SDG's) die nauw verband houden met onze dagelijkse werkzaamheden: SDG 8 (Fatsoenlijk werk en economische groei), SDG 12 (Verantwoorde consumptie en productie), SDG 13 (Klimaatactie) en SDG 17 (Partnerschappen voor de doelen).

Om deze toezeggingen in de praktijk te brengen, hebben wij de ESG-methodologie van EcoVadis geïmplementeerd, die onze strategie structureert rond vier kerngebieden: milieu, duurzame inkoop, arbeidsomstandigheden en

mensenrechten, en ethiek. Dit kader stelt ons in staat onze resultaten te meten en te vergelijken met de markt, met de ambitie om tot de besten te behoren.

Vandaag presenteren wij met bijzonder veel genoegen ons eerste duurzaamheidsverslag. Een document dat de weg weerspiegelt die wij zijn ingeslagen, transparantie biedt over onze toekomstige inzet en de tot nu toe behaalde resultaten vastlegt.



Diederik de Koning

Directeur en medeoprichter

Over Gift Campaign

Onze essentie en ons traject

Gift Campaign is een e-commercebedrijf dat gespecialiseerd is in de verkoop van gepersonaliseerde merchandise voor bedrijven. De afgelopen jaren behoorde het tot de snelst groeiende bedrijven in de sector op Europees niveau.

Het bedrijf werd in 2014 in Barcelona opgericht door twee professionals uit de sector die zichzelf een eenvoudige maar ambitieuze vraag stelden: “Hoe kunnen we het inkoopproces van promotieartikelen verbeteren en bedrijven helpen het verschil te maken?” Wat elf jaar geleden begon aan de salontafel van een van de oprichters, is vandaag de dag uitgegroeid tot een bedrijf met een online aanwezigheid in zeven Europese markten: Spanje, Portugal, Frankrijk, Italië, Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk.

Ons model combineert het beste van de digitale omgeving met de persoonlijke benadering van maatwerk. Klanten kunnen hun bestellingen 100% online beheren – snel, eenvoudig en gemakkelijk – terwijl zij gedurende het hele proces worden ondersteund door een toegewijde contactpersoon: van productkeuze tot levering en aftersales.

Daarnaast bieden wij een van de meest uitgebreide collecties op de markt, met duizenden opties die zijn afgestemd op alle sectoren en behoeften. Duurzaamheid maakt deel uit van onze bedrijfsstrategie: wij zetten ons in voor aantrekkelijke, nuttige, duurzame en verantwoorde producten, en wij werken samen met onze leveranciers om de ecologische en sociale impact van onze collecties te verbeteren.

Wij geven prioriteit aan snelheid bij het bedrukken en de levering, en dat alles tegen zeer concurrerende prijzen, omdat wij van mening zijn dat kwaliteit niet ten koste hoeft te gaan van de prijs.

Kerncijfers

Jaaromzet: € 22.000.000+

Aantal medewerkers: 71

Aantal landen met een online aanwezigheid: 7

Aantal klanten: meer dan 37.000

Aantal bestellingen per jaar: meer dan 41.000

Aantal producten in het assortiment: 65.000+

Kerncijfers per 31-12-2024, exclusief producten in de collectie (juli 2025)

Strategie en toezeggingen

In het kader van onze ESG-strategie hebben wij besloten ons te richten op vier Duurzame Ontwikkelingsdoelen (SDG's) die nauw verband houden met onze activiteiten. Wij zijn van mening dat dit de gebieden zijn waarop wij de grootste invloed kunnen uitoefenen en waar wij derhalve daadwerkelijk impact kunnen realiseren.

SDG 8: Waardig werk en economische groei

Wij willen dat Gift Campaign voor iedereen een uitstekende werkplek is – een plek waar mensen worden gewaardeerd om wat ze presteren, niet om wie ze zijn. Om er zeker van te zijn dat we op de goede weg zijn, meten we dit jaarlijks via de Great Place to Work-enquête, door toezicht te houden op ons gelijkheidsplan en via prestatiebeoordelingen. Van onze leveranciers verwachten wij eerlijke, legale en ethische arbeidsomstandigheden, en dat zij maatregelen nemen om transparantie te waarborgen en dit in de gehele toeleveringsketen te garanderen.

SDG 12: Verantwoorde consumptie en productie

Wij bevinden ons precies in het midden: tussen degenen die produceren en degenen die kopen. Dit geeft ons een dubbele verantwoordelijkheid – en een dubbele kans – om beide partijen aan te sporen tot bewustere consumptie.

Wij streven naar meer transparantie met betrekking tot de duurzaamheid en de levenscyclus van elk product: van de gebruikte materialen en beschikbare certificeringen tot de CO₂-voetafdruk. Om dit te bereiken, zullen wij nauw samenwerken met onze leveranciers om deze informatie op onze website op te nemen en duurzame producten beter onder de aandacht te brengen.

Deze informatie helpt niet alleen onze klanten om beter geïnformeerde beslissingen te nemen, maar stelt ons ook in staat om het daadwerkelijke percentage duurzame producten in ons aanbod te meten en concrete strategieën te ontwikkelen om dit percentage te verhogen.

Bovendien willen wij toewerken naar een meer verantwoorde toeleveringsketen. Hiertoe zullen wij een evaluatiesysteem opzetten om de sociale en ecologische impact van onze leveranciers te analyseren en voorrang te geven aan diegenen die onze waarden en toezeggingen delen. Wij willen dat verantwoorde keuzes voor iedereen gemakkelijker worden.

SDG 13: Klimaatactie

Onze klimaatstrategie richt zich op twee belangrijke gebieden: emissiereductie en verantwoord afvalbeheer.

Om verantwoord te handelen, moet u eerst meten. We zijn al begonnen met het berekenen van onze CO₂-voetafdruk voor scope 1 en 2, maar we kunnen de kwaliteit van de gegevens nog verbeteren, de analyse verdiepen en beginnen met het kwantificeren van scope 3-emissies. Onze doelstelling op korte termijn is duidelijk: datagestuurde beslissingen nemen om emissies die we nog niet kunnen vermijden te compenseren en op weg te gaan naar CO₂-neutraliteit. Op middellange termijn streven we ernaar mogelijkheden te verkennen om een 'Net Zero'-bedrijf te worden.

Wat afval betreft, streven wij ernaar de hoeveelheid afval die wij produceren – zowel in onze kantoren als in processen die verband houden met retourzendingen – tot een minimum te beperken en het afval dat wij niet kunnen vermijden te compenseren. Wij ontwikkelen strategieën om afval waar mogelijk te hergebruiken, te doneren of te recyclen en gaan externe samenwerkingsverbanden aan om de resterende impact te compenseren.

Wat het waterverbruik betreft, gebruiken wij momenteel alleen water voor dagelijks kantoorgebruik, in zeer kleine hoeveelheden. Om deze reden hebben wij aan dit aspect geen prioriteit toegekend in onze milieustrategie. Indien wij in de toekomst mogelijkheden identificeren om ons eigen verbruik of dat van onze toeleveringsketen te verminderen of beter te beheren, dan zullen wij dit als actiepunt opnemen.

SDG 17: Partnerschappen voor de Doelstellingen

Wij beginnen met wat binnen ons bereik ligt. Een betere wereld begint bij onszelf, en daar werken wij aan. Maar wij weten dat een groot deel van de impact niet rechtstreeks door ons wordt veroorzaakt, maar door de rest van de toeleveringsketen. Daarom zullen wij samenwerken met onze leveranciers om de beschikbare informatie over duurzaamheid te vergroten en gezamenlijk het aandeel verantwoorde producten in hun collecties te verhogen. Daarnaast zullen wij een beroep doen op externe bedrijven zoals EcoVadis en Great Place to Work om onze vooruitgang te meten, en zullen wij contact zoeken met ngo's om samen te werken aan initiatieven op het gebied van klimaatcompensatie en sociale verbetering.

Wij zijn er tevens van overtuigd dat vooruitgang binnen de sector organisatie, samenwerking en professionaliteit vereist. Daarom nemen wij actief deel aan brancheorganisaties voor relatiegeschenken, zoals PSI (Duitsland), FYVAR (Spanje), PPP (Nederland) en Assoprom (Italië). Dit zijn platformen waar wij kennis delen, beste praktijken bevorderen en ons inzetten om de sector te begeleiden op weg naar grotere duurzaamheid.

De SDG's in de praktijk brengen

Om onze inzet voor de Duurzame Ontwikkelingsdoelen (SDG's) om te zetten in concrete acties, heeft Gift Campaign gekozen voor de EcoVadis-methodologie en onze strategie gestructureerd rond vier kerngebieden:

1. Milieu
2. Duurzame inkoop
3. Arbeidsomstandigheden en Mensenrechten
4. Ethiek

Elk gebied sluit op concrete wijze aan bij de SDG's en integreert deze in de dagelijkse activiteiten en besluitvormingsprocessen.

Milieu

Bij Gift Campaign beseffen wij dat onze groei onlosmakelijk verbonden is met respect voor het milieu. Daarom hebben wij een milieustrategie ontwikkeld die erop gericht is onze ecologische voetafdruk daadwerkelijk en meetbaar te verkleinen, zowel binnen onze interne bedrijfsvoering als in de gehele waardeketen.

Deze strategie richt zich op de volgende gebieden:

- Emissiereductie: met als doel om uiterlijk op 31-12-2026 een netto-nul-koolstofvoetafdruk te realiseren voor scope 1 en 2, en toe te werken naar een volledige berekening (scope 1, 2 en 3).
- Afvalbeheer: het meten van de hoeveelheid afval per medewerker en het zoeken naar manieren om geretourneerde artikelen te hergebruiken of te doneren.
- Milieu-compensatie: samenwerking met externe projecten die helpen de effecten te verzachten die wij nog niet kunnen vermijden.

Dit werk draagt rechtstreeks bij aan SDG 13 (Klimaatactie), door op gegevens gebaseerde beslissingen te nemen om onze ecologische voetafdruk te verkleinen en klimaatverantwoorde praktijken te bevorderen. Tegelijkertijd stimuleert het SDG 12 (Verantwoorde consumptie en productie), door verantwoord consumptiegedrag te bevorderen, zowel intern als bij onze klanten, door toegang te bieden tot duurzamere opties.

Duurzame inkoop

Wij zijn ons ervan bewust dat een groot deel van onze ecologische en maatschappelijke impact voortkomt uit inkoopbeslissingen. Daarom hebben wij een beleid voor duurzame inkoop ontwikkeld om onze relaties met leveranciers te sturen en duidelijke criteria vast te stellen voor het selecteren van producten die aansluiten bij onze waarden.

Wij beoordelen aspecten zoals:

- Het gebruik van gerecycleerde materialen en de ecologische voetafdruk van het product.
- De duurzaamheid van de verpakking en de logistieke efficiëntie.
- Naleving van eerlijke arbeidsomstandigheden, gezondheid en veiligheid op het werk, en sociale inclusie.
- De aanwezigheid van milieu- of sociale certificeringen, evenals plannen voor voortdurende verbetering.

- Verantwoord consumeren: ervoor zorgen dat producten voldoen aan veiligheids- en gezondheidsnormen, en het verstrekken van duidelijke informatie om duurzame keuzes te vergemakkelijken.

Naast formele naleving hechten wij bijzonder veel waarde aan transparantie en aantoonbare betrokkenheid. Om dit te bereiken, maken wij gebruik van instrumenten zoals ESG-vragenlijsten, het beoordelen van documentatie, het ondertekenen van onze Gedragscode voor leveranciers en regelmatige monitoring van KPI's.

Via dit onderdeel richten wij ons op SDG 12, het bevorderen van verantwoorde consumptie door middel van een duurzamer en transparanter aanbod, en op SDG 17, het opbouwen van strategische partnerschappen op basis van dialoog, vertrouwen en gezamenlijke verbetering in de gehele toeleveringsketen.

Arbeidsomstandigheden en mensenrechten

Wij zijn ervan overtuigd dat de ontwikkeling van mensen essentieel is voor het opbouwen van een ethisch en duurzaam bedrijf. Ons personeelsbeleid is gebaseerd op de mensenrechten, de principes van het Global Compact van de Verenigde Naties en de ILO-verdragen, en vormt het kader voor het waarborgen van waardige, veilige en rechtvaardige arbeidsomstandigheden.

Onze maatregelen zijn gericht op:

- Gezondheid en veiligheid: streven naar nul ongevallen door middel van preventieve maatregelen, opleidingen en periodieke evaluaties.
- Diversiteit en gelijkheid: het implementeren van protocollen om een discriminatievrije omgeving te waarborgen en het bevorderen van diverse en evenwichtige teams.
- Opleiding en ontwikkeling: via loopbaanplannen, prestatiebeoordelingen en reële kansen op interne promotie.
- Arbeidsomstandigheden en welzijn: het bevorderen van tevredenheid en betrokkenheid bij het bedrijf, het stimuleren van een positieve bedrijfscultuur en een laag personeelsverloop.

Deze strategie wordt geleid door het HR-team, met actieve ondersteuning van het management en alle teams. Zij draagt bij aan SDG 8 (Fatsoenlijk werk en economische groei) door veilige, motiverende omgevingen te creëren met reële ontwikkelingsmogelijkheden, en aan SDG 17 door interne relaties op te bouwen op basis van respect, luisteren en voortdurende samenwerking.

Ethiek

Ethiek vormt de basis voor al onze beslissingen, relaties en onze bedrijfscultuur. Onze ethische code legt de gedragsnormen vast die als leidraad dienen voor ons handelen, zowel binnen als buiten het bedrijf.

Wij beschikken over:

- Specifieke trainingen om het bewustzijn bij alle teams te vergroten.
- Interne protocollen om wangedrag te voorkomen.
- Vertrouwelijke en toegankelijke meldingskanalen.
- Risicobeoordelingen en periodieke evaluaties.

De Compliance Officer geeft leiding aan de implementatie van de gedragscode en waarborgt een eerlijke, professionele en discriminatievrije werkomgeving, in samenwerking met de teams voor gelijke behandeling, HR en het management.

Met deze strategie dragen wij bij aan SDG 8, door een ethische en inclusieve werkcultuur te bevorderen; aan SDG 12, door op waarden gebaseerde aankoop- en consumptiebeslissingen te stimuleren; en aan SDG 17, door relaties met leveranciers en klanten op te bouwen die zijn gebaseerd op integriteit en vertrouwen.

Certificeringen en initiatieven

Wij zijn van mening dat onze inzet aantoonbaar moet zijn. Daarom nemen wij deel aan certificeringen en initiatieven die ons helpen onze prestaties te meten, verbeterpunten te identificeren en ons te vergelijken met daadwerkelijke normen, en niet alleen met goede bedoelingen.

- **EcoVadis:** Wij zijn een 'EcoVadis Committed'-bedrijf. Onze eerste beoordeling is afgerond en wij werken aan de resultaten om verbeteringen door te voeren. Ons doel is duidelijk: jaar na jaar vooruitgang boeken en bij de volgende beoordeling een medaille behalen.
- **ISO 9001:** Wij beschikken over de ISO 9001-certificering voor kwaliteitsmanagement, waarmee wij garanderen dat wij werken met duidelijk omschreven, voortdurend verbeterende processen, wat zich ook vertaalt in efficiëntie en operationele verantwoordelijkheid.
- **ISO 14001:** Wij zijn gecertificeerd volgens de ISO 14001-norm voor milieumanagement. Deze norm helpt ons onze maatregelen te structureren en te systematiseren om de impact op het milieu te verminderen en te voldoen aan wettelijke en operationele milieueisen.
- **Lidmaatschap van het Global Compact van de VN:** Wij hebben ons aangesloten bij het Global Compact van de Verenigde Naties om onze bedrijfsvoering af te stemmen op de tien principes inzake mensenrechten, arbeidsomstandigheden, milieu en corruptiebestrijding, waarmee wij ons streven naar ethisch en verantwoord management versterken.

- **Great Place to Work:** Voor het tweede opeenvolgende jaar is Gift Campaign gecertificeerd als een 'Great Place to Work'. Deze certificering is geen onderscheiding; zij bevestigt dat de werkomgeving die wij nastreven, functioneert en dient als instrument voor voortdurende verbetering.
- **Externe recycling en inzameling:** Wij werken samen met een erkend afvalverwerkingsbedrijf voor de inzameling en recycling van specifiek afval (zoals koffiecapsules en elektronische apparatuur), waarbij wij zorgen voor een verantwoorde verwerking in overeenstemming met de geldende regelgeving.

Milieu

Op milieugebied zijn al belangrijke mijlpalen bereikt, zoals het behalen van de ISO 14001-certificering, waarmee de effectiviteit van ons milieubeheersysteem wordt erkend.

In 2024 zijn wij voor het eerst begonnen met het berekenen van onze CO₂-voetafdruk voor scope 1 en 2, waarmee wij een uitgangspunt hebben vastgesteld voor het opstellen van onze routekaart om uiterlijk op 31-12-2026 netto-nuluitstoot (scope 1-2) te realiseren.

Daarnaast zijn wij begonnen met een meer systematische verzameling van gegevens over kantoorafval. Zo hanteren wij nu bijvoorbeeld een beleid ter uitbanning van wegwerpplastic.

Om onze milieu-impact te verbeteren, hebben wij de volgende doelstellingen en indicatoren vastgesteld met betrekking tot emissiereductie en afvalbeheer:

Emissiereductie

Doelstelling: Onze CO₂-voetafdruk (scope 1+2) terugbrengen van 4,37 t CO₂e (referentiewaarde 2024) naar 0 per 31-12-2026.

KPI		2023	2024
CO ₂ -equivalent (t CO ₂ e) scopes 1–2		4,29	4,37
Totaal energieverbruik (kWh)		35.615	37.042
Percentage hernieuwbare energie		56 %	57%

Doelstelling: Het in kaart brengen van onze CO₂-voetafdruk (Scope 1–3) verbeteren en op basis daarvan uiterlijk op 31-12-2026 een realistisch stappenplan opstellen om onze CO₂-voetafdruk zo veel mogelijk te verminderen.

KPI		2023	2024
CO ₂ -equivalent (t CO ₂ e) scopes 1–3		–	–

↑ De berekening van de broeikasgasemissies is uitgevoerd met behulp van de officiële MITECO Carbon Footprint-tool, op basis van het GHG Protocol en ISO 14064-1, waardoor de traceerbaarheid en afstemming op erkende internationale normen worden gewaarborgd.

Afvalvermindering

Doelstelling: Het volume aan kantoorafval per medewerker tot eind 2026 op een niveau houden dat gelijk is aan of lager ligt dan het niveau van 2024 (kg/FTE/jaar).

KPI	2023	2024
Totaal geproduceerd afvalvolume (kg/FTE/jaar)	89	78
Totaal geproduceerd papier en karton (kg/FTE/jaar, gerecycled)	2,8	2,2
Totaal geproduceerd plastic (kg/FTE/jaar, gerecycled)	4	3,6
Totaal aantal geproduceerde koffiecapsules (kg/FTE/jaar, gerecycled)	2,5	2,2
Totaal geproduceerd organisch afval (kg/FTE/jaar)	78	69
Totaal geproduceerd batterijafval (kg/FTE/jaar, gevaarlijk)	0,87	0,77
Totaal afval aan tonercartridges (kg/FTE/jaar, gevaarlijk)	0,24	0,21
Totaal elektronisch afval (kg/FTE/jaar, AEEA)	0	0,25

Op milieugebied richten wij ons op het direct verminderen van onze impact door efficiënt gebruik van hulpbronnen, verantwoorde mobiliteit en het bevorderen van certificeringen die ons streven naar duurzaamheid versterken. Enkele voorbeelden van onze resultaten:

- **ISO 14001:** Certificering op het gebied van milieumanagement, waarmee wij onze maatregelen ter vermindering van de impact kunnen structureren en systematiseren en kunnen voldoen aan wettelijke en operationele vereisten.
- **Geen wegwerpplastic:** Wegwerpflessen en -bekers zijn uit onze kantoren verwijderd; deze zijn vervangen door herbruikbare flessen in welkomstpakketten en keramische/glazen bekers in gemeenschappelijke ruimtes.
- **Geen bedrijfsauto's:** Als digitaal bedrijf beperken wij het reizen tot een minimum. Wij reizen alleen wanneer dat noodzakelijk is voor beurzen of bezoeken aan leveranciers, waarbij wij waar mogelijk de voorkeur geven aan de trein.
- **Externe recycling en inzameling:** Samenwerking met een erkend afvalverwerkingsbedrijf voor de inzameling en recycling van specifiek afval, zoals koffiecapsules en elektronica, om een verantwoorde verwerking te waarborgen.

Duurzame

inkoop

Op het gebied van verantwoorde consumptie richten onze maatregelen zich op twee belangrijke pijlers: leveranciersbeoordeling en het identificeren van duurzame producten in ons assortiment.

Leveranciersbeoordeling

Wij richten ons op leveranciers die artikelen voor ons assortiment leveren. Om prioriteiten te stellen, worden leveranciers ingedeeld in twee groepen:

- **Type A:** leveranciers die 5% of meer van de jaarlijkse aankopen vertegenwoordigen
- **Type B:** leveranciers die minder dan 5% van de jaarlijkse inkoop vertegenwoordigen

Wij hebben een analyse uitgevoerd van het duurzaamheidsniveau van deze leveranciers, en de resultaten bieden ons een solide basis om op voort te bouwen. Zestig procent van onze leveranciers van categorie A beschikt over een EcoVadis-bronzen medaille of hoger. Over al onze leveranciers (categorieën A en B) genomen bedraagt dit percentage 52,9%.

Om verdere vooruitgang te boeken, zullen wij in 2025 een beoordelingssysteem invoeren op basis van onze ESG-criteria (milieu en maatschappij). Hierdoor kunnen wij de prestaties van leveranciers gedetailleerder meten, ook van leveranciers die geen EcoVadis-scorekaart hebben.

Tegelijkertijd hebben wij ons ingezet om verantwoordelijker consumptiegedrag te bevorderen door middel van een duurzamer productaanbod. Momenteel is iets meer dan 20% van de verkochte producten vervaardigd uit gerecyclede materialen en 34% uit hernieuwbare materialen. Daarnaast hebben wij meer dan 6.500 producten geclassificeerd met een milieu- of sociale certificering.

Wij zijn ons er echter van bewust dat wij een nauwkeuriger systeem nodig hebben om de milieu-impact van de producten die wij op de markt brengen beter te kunnen beoordelen. In de loop van 2025 zullen wij dit instrument ontwikkelen, waarmee wij robuustere technische criteria kunnen vaststellen en duidelijke doelstellingen kunnen definiëren om het aandeel verantwoorde producten in onze collectie verder te vergroten.

Op basis hiervan hebben wij de volgende doelstellingen en indicatoren vastgesteld, die ons ambitieniveau bepalen en ons in staat stellen de voortgang op dit gebied te meten.

Beoordeling van leveranciers

Doelstelling: Tegen 31-12-2025 een leveranciersbeoordelingssysteem invoeren op basis van ESG-criteria (milieu en maatschappij).

KPI	2023	2024
% van de leveranciers met EcoVadis-certificering op bronsniveau of hoger	–	52,94%
% aankopen bij leveranciers die voldoen aan de ESG-criteria	–	–
% van de leveranciers met milieucertificaten (ISO 14001)	–	35,29%
% van de leveranciers met sociale certificaten	–	52,94%

Doelstelling: 100% van de leveranciers van type A beoordelen vóór 31-12-2026, en 100% van alle leveranciers vóór 31-12-2027.

KPI	2023	2024
% van de beoordeelde leveranciers van type A	0%	0%
% beoordeelde leveranciers van type B	0%	0%

Doelstelling: Ervoor zorgen dat meer dan 75% van de leveranciers onze Gedragscode voor leveranciers uiterlijk op 31-12-2026 heeft ondertekend.

KPI	2023	2024
% ondertekende leveranciers van type A	0%	0%
% ondertekende leveranciers van type B	0%	0%

Verantwoorde consumptie

Doelstelling: Tegen 31-12-2025 een systeem ontwikkelen om de milieu-impact van onze producten te evalueren. Tegen 31-12-2026 concrete doelstellingen vaststellen voor het aandeel verantwoorde/duurzame producten in onze collectie.

KPI	2023	2024
% van de producten vervaardigd uit gerecycleerde materialen*	–	20,67%
% van de producten vervaardigd uit hernieuwbare materialen*	–	34,34
Aantal producten met certificeringen*	–	6.517

KPI's berekend op basis van de huidige productcollectie (juni 2025).

Doelstelling: Jaarlijks het aantal incidenten op het gebied van consumenten-veiligheid en gezondheid op nul houden.

KPI	2023	2024
Aantal producten dat uit de handel is genomen wegens niet-naleving van de EU-wetgeving	0	1
Aantal acties waarbij producten uit de handel zijn genomen om veiligheids- of gezondheidsredenen	0	0
Aantal door klanten gemelde veiligheids- of gezondheidsincidenten	0	1

Arbeidsomstandigheden en mensenrechten

Wij blijven een mensgerichte organisatiecultuur bevorderen die is gebaseerd op gelijkheid, inclusie en professionele ontwikkeling. Voor het tweede achtereenvolgende jaar hebben wij onze Great Place to Work-certificering verlengd met een score van 89%. Deze erkenning bevestigt onze inspanningen om een positieve en motiverende werkomgeving te creëren.

Wij hanteren een actief gelijkheidsplan dat gezamenlijk door HR en het management wordt gemonitord en blijven prestatiebeoordelingen, voortdurende bijscholing en loopbaanplannen versterken als belangrijke instrumenten voor interne groei. Om onze voortgang te evalueren, meten wij de doelbereiking aan de hand van kernindicatoren die gericht zijn op tevredenheid, werkzekerheid, gelijkheid en professionele ontwikkeling.

Arbeidsomstandigheden & Tevredenheid

Doelstelling: Het percentage medewerkers dat Gift Campaign als een uitstekende werkplek (GPTW) beschouwt, jaarlijks verhogen.

KPI	2023	2024
Percentage medewerkers dat Gift Campaign als een uitstekende werkplek beschouwt	78%	89%
Percentage medewerkers dat aan de enquête heeft deelgenomen	95%	89%

Doelstelling: Jaarlijkse evaluatie van het HR-beleid met medewerking van het HR-team en eventuele werknemersvertegenwoordigers.

KPI	2023	2024
Herziening van het HR-beleid (jaarlijks)	Nee	Ja

Doelstelling: Tegen eind 2025 95% vaste contracten binnen het personeelsbestand realiseren.

KPI	2023	2024
% vaste contracten	98%	100%
Personeelsverloop in %	8%	22%

Doelstelling: 100% van de overuren vergoed tegen eind 2025.

KPI	2023	2024
% van de overuren dat wordt vergoed	100%	100%

Diversiteit en gelijkheid

Doelstelling: 100% van het personeel vóór 2026 een specifieke opleiding aanbieden op het gebied van gelijkheid en het voorkomen van intimidatie.

KPI	2023	2024
Percentage van het personeel dat is getraind in gelijkheid en het voorkomen van intimidatie	0%	80%

Doelstelling: Een loonkloof tussen mannen en vrouwen van minder dan 5% per beroepscategorie realiseren.

KPI	2023	2024
Loonkloof tussen mannen en vrouwen %	1%	1%
Percentage vrouwen in de beroepsbevolking	68 %	69%
% vrouwen in leidinggevende functies	75%	76%

Doelstelling: Tegen 2025 een gendergelijkheidsratio van 0,8–1,2 realiseren.

KPI	2023	2024
Verhouding tussen mannen en vrouwen	2,13	1,57
Percentage werknemers per geslacht	68,1% M – 31,9% V	61,2% M – 38,8% V

Doelstelling: Het aantal gevallen van discriminatie en/of intimidatie op jaarbasis op 0 houden.

KPI	2023	2024
Aantal gevallen van discriminatie / intimidatie	1	1

Opleiding en ontwikkeling

Doelstelling: Het aantal horizontale en verticale loopbaanbewegingen binnen de organisatie jaarlijks met 7% verhogen tot 2025.

KPI	2023	2024
Interne mobiliteit: aantal promoties	3	6

Doelstelling: Tegen 2026 een gemiddelde van minimaal 20 opleidingsuren per persoon per jaar realiseren.

KPI	2023	2024
Gemiddeld aantal opleidingsuren per persoon	0,89 uur/persoon	4,34 uur/persoon
Percentage medewerkers met een opleidingsplan	100 %	100%

Doelstelling: 100% van het personeel krijgt in 2026 een jaarlijks functioneringsgesprek.

KPI	2023	2024
Percentage personeel dat een jaarlijkse beoordeling ontvangt	100%	100%
Percentage teamleiders dat is getraind in het uitvoeren van jaarlijkse beoordelingen	50%	70%

Gezondheid en veiligheid

Doelstelling: 100% van het personeel is vóór eind 2025 opgeleid in preventie van beroepsrisico's (ORP).

KPI	2023	2024
% van het personeel dat is opgeleid in ORP	100%	100%

Doelstelling: 0% arbeidsongevallen per jaar.

KPI	2023	2024
Aantal arbeidsongevallen	0	0

Belangrijkste resultaten op het gebied van arbeidspraktijken

Bij Gift Campaign blijven wij onze medewerkers vooropstellen. Als dienstverlenend bedrijf is ons team onze meest waardevolle troef. Tot de belangrijkste resultaten behoren:

- **Great Place to Work:** Voor het tweede jaar op rij gecertificeerd, wat onze positieve werkomgeving bevestigt.
- **Gelijkheidsplan:** Een officieel geregistreerd plan dat voortdurend wordt gemonitord door HR en het management, ter waarborging van een eerlijke, discriminatievrije werkplek.

Ethiek

Op het gebied van ethiek hebben wij de implementatie van de ethische code als gedragskader voor al het personeel geconsolideerd en onze nalevingsmechanismen versterkt. Wij beschikken over een externe certificering op het gebied van gegevensbescherming (AVG) en hebben ons aangesloten bij het Global Compact van de Verenigde Naties, waarmee wij ons streven naar een ethische, transparante en mensenrechten respecterende bedrijfscultuur versterken.

Algemene ethiek

Doelstelling: Ervoor zorgen dat 100% van de ontvangen meldingen binnen 30 dagen wordt geanalyseerd.

KPI	2023	2024
Totaal aantal meldingen ontvangen via het meldingskanaal	0	0

Doelstelling: Ervoor zorgen dat 100% van het personeel de ethische code van het bedrijf uiterlijk op 31-12-2025 ondertekent.

KPI	2023	2024
Aantal medewerkers dat nalevingsverklaringen/de ethische code ondertekent	0	0

Preventie van corruptie en omkoping

Doelstelling: Ervoor zorgen dat 100% van het personeel de ethische code van het bedrijf uiterlijk op 31-12-2025 ondertekent.

KPI	2023	2024
Totaal aantal bevestigde corruptiegevallen per jaar	0	0
Percentage van het personeel dat is getraind in de bestrijding van corruptie en omkoping	0	87 %

Gegevensbescherming

Doelstelling: Jaarlijks geen enkel beveiligingsincident laten plaatsvinden.

KPI	2023	2024
Totaal aantal incidenten met betrekking tot beveiligingsinbreuken per jaar	0	0
Percentage van het personeel dat is opgeleid in cyberbeveiliging	0	

Doelstelling: Het AVG-certificaat jaarlijks vernieuwen door middel van een externe audit.

KPI	KPI	2024
AVG-certificaat verkregen	Ja	Ja

Ethische initiatieven

- **Kerstactie 'Operation Child':** In lijn met onze dagelijkse missie om mensen met elkaar te verbinden door middel van geschenken, hebben wij tijdens de kerstperiode samengewerkt met Operation Child. Wij hebben namens elk teamlid van de Gift Campaign dozen met nuttige spullen en speelgoed gedoneerd aan kinderen in kwetsbare situaties wereldwijd.
- **Sant Jordi-initiatief:** Wij hebben samengewerkt met het ziekenhuis Sant Joan de Déu in het kader van de campagne 'Sant Jordi in uw organisatie', waarbij de traditionele Boekendag werd omgevormd tot een gelegenheid om sociale projecten te ondersteunen en cultuur te brengen naar mensen in nood.

Afsluitende opmerking van het management

Bij Gift Campaign zetten wij ons in voor duurzame groei, verantwoorde bedrijfsvoering en het creëren van waarde voor de samenleving, onze klanten en ons team. Dit verslag geeft een beeld van onze reis tot nu toe, belicht onze belangrijkste resultaten en stelt duidelijke doelen voor de toekomst. Door middel van meetbare KPI's, transparante rapportage en voortdurende verbetering streven wij ernaar om voorop te blijven lopen op het gebied van verantwoorde merchandising in Europa.



Diederik de Koning
Directeur en medeoprichter