

European CSR
Award Scheme



Inspiring partnerships for innovation and impact

Guided by



Organized by



Supported by



Sustainable Partnerships Award 2013





Sustainable Partnerships Award : de beste Belgische praktijken op het vlak van maatschappelijke partnerschappen tussen ondernemingen en het middenveld

Ondernemingen en het middenveld kunnen een enorme bijdrage leveren aan de omgeving waarin ze gevestigd zijn. Niet alleen op het vlak van economische activiteit en tewerkstelling, maar ook op het vlak van maatschappelijke betrokkenheid, milieu-initiatieven en innovatie in de dialoog met de andere stakeholders.

Het is belangrijk deze actoren te wijzen op de mogelijkheden waarover ze beschikken, op de impact die hun projecten hebben die ze samen met anderen gaan uitvoeren en, tot slot, op de schat aan uitwisselingen die deze partnerschappen kunnen opleveren.

Business & Society Belgium en KAURI bundelden de krachten van hun beide netwerken voor de organisatie van de Sustainable Partnership Awards, de nationale selectie van de European CSR Award. Dit pan-Europese programma wordt, met financiële steun van de Europese Unie, door CSR Europe en BITC in 28 landen tegelijkertijd georganiseerd om de meest inspirerende partnerschappen tussen ondernemingen en het middenveld bekend te maken.

De Sustainable Partnerships Award was toegankelijk voor zowel kmo's als grote ondernemingen, ngo's, overheden, de academische wereld, vzw's, stichtingen, enz. Het belooft de meest innovatieve partnerschappen tussen ondernemingen en het middenveld voor de manier waarop zij oplossingen aanreiken voor maatschappelijke uitdagingen.

De projecten moesten zijn opgestart tussen 2007 en 2012 en moesten concrete kwalitatieve en kwantitatieve resultaten kunnen voorleggen inzake hun impact op het milieu, de samenleving of de economie.

De Sustainable Partnerships Award, waarom?

- Om de inspanningen te meten van ondernemingen en middenveld die samen oplossingen vinden voor maatschappelijke uitdagingen en die samen bouwen aan een duurzamere wereld.
- Om dit maatschappelijk engagement en deze samenwerking zichtbaarheid te geven.
- Om de goede praktijken te delen en een bron van inspiratie te zijn.

Het aantal ontvangen kandidaturen (25 dossiers) en hun inhoud zijn zeer representatief voor de verscheidenheid van de wegen die ondernemingen vandaag verkennen in hun samenwerking met het middenveld. De grenzen van de verbeelding zijn de enige echte beperking bij het opzetten van project; zowel wat betreft de partners van de projecten als de vormen van samenwerking, de manieren waarop de medewerkers of de stakeholders worden betrokken, de beoogde maatschappelijke doelstellingen.

We zien ook dat heel wat kandidaat-ondernemingen reeds een zekere maturiteit hebben bereikt in de manier waarop ze hun maatschappelijke projecten ontwikkelen. Het aspect 'duurzaamheid' is een competitief argument geworden en leidt tot een nieuwe analyse van de volledige – en complexe – keten van processen met externe partners uit de non-profitsector.

“Slimmer samenwerken verandert systemen, creëert waarde en zorgt ervoor dat meer mogelijk is met minder middelen. Dankzij de “Belgian Sustainable Partnerships Award” kan een beeld worden geschetst van de actuele verschuiving van een competitief naar een coöperatief model.”



David Leyssens,
Network Director,
KAURI

“Samenwerking tussen ondernemingen en het middenveld vormt vandaag een essentiële hefboom op weg naar maatschappelijke verantwoordelijkheid”. Met de lancering van de Sustainable Partnerships Award willen Business & Society Belgium en KAURI succesvolle partnerschappen in de schijnwerpers plaatsen en tonen dat samenwerking een bron van gedeelde waarde is en, vooral, ervoor zorgen dat ze navolging krijgen.”



Sabine Denis,
Change Executive Officer,
Business & Society Belgium

De samenwerking met het middenveld bestaat niet enkel uit het stellen van een menselijk gebaar, maar vertrekt vanuit de kern van de activiteiten van de onderneming als inspiratiebron voor de duurzaamheidsoplossing.

Tot slot begrepen de ondernemingen dat ze een cruciale rol te vervullen hebben via het hefboomeffect dat ze creëerden door hun klanten, leveranciers, concurrenten ertoe aan te zetten om ook een duurzamere houding aan te nemen.

Business & Society Belgium en KAURI zijn blij deze rijkdom aan visies en acties te kunnen delen via deze brochure en hopen dat deze als inspiratie mag dienen voor heel wat andere initiatieven. De boodschap van alle ondernemingen die aan deze editie van de Sustainable Partnership Award deelnamen, is immers zeer duidelijk: “Samenwerking tussen ondernemingen en het middenveld is mogelijk!”



En wat denken de organisatoren en de jury ervan?

Business & Society Belgium et Kauri danken alle ondernemingen die zich kandidaat stelden.

Het feit dat zo veel kleine en grote ondernemingen hun eigen vaardigheden aanwenden in de projecten die ze uitvoeren, waardoor ze een maximale doeltreffendheid waarborgen met een beperkt gebruik van middelen, verdient alle lof. Talrijke projecten zijn bovendien gebaseerd op vrijwilligerswerk van het personeel, waardoor het dus nog nauwer betrokken is bij het project van de onderneming.

We zien ook steeds vaker dat de initiatiefnemers van projecten op het vlak van duurzaamheid een zo groot mogelijk effect nastreven door zo veel mogelijk stakeholders te sensibiliseren: publiek, aandeelhouders, leveranciers, klanten, medewerkers, ... De onderneming stimuleert dus een echt pleidooi ten voordele van het maatschappelijk doel dat ze wil bereiken.

Vanuit de specifieke invalshoek van de Sustainable Partnerships Award stelde de jury met genoeg vast dat de partnerschappen tussen ondernemingen en vertegenwoordigers van het middenveld vaak steunden op een continue, evenwichtige relatie, gebaseerd op echte uitwisseling. Het waren dus geen gerichte liefdadigheidsacties die maar in één richting verliepen. Integendeel, we zien dat de scenario's evolueren: in een aanvankelijk beperkt hulpproject leren de partners elkaar kennen en vertrouwen alvorens hun samenwerking uit te breiden, die dankzij

deze goede wederzijdse kennis natuurlijk veel doeltreffender wordt. Dit is een werkwijze die zeer verrijkend blijkt te zijn. Het gaat niet enkel om het oplossen van een probleem, maar wel om het vinden van nieuwe oplossingen.

De kandidaturen weerspiegelen een groeiende wil om het project te objectiveren en, indien nodig, aan te passen dankzij de bestaande evaluatiemethoden. De partners besteedden veel aandacht aan het verloop van hun actie en meerderen onder hen deden een beroep op creatieve co-intelligentie.

De keuze van de jury geeft de verscheidenheid van de kandidaturen weer, omdat we bij de winnaars en de projecten acties terugvinden die zich richten tot de gezondheidszorg, verantwoord consumeren, hulp aan andersvaliden, steun aan kwetsbare werkzoekenden of verkeersveiligheid bij kinderen.

De geselecteerde projecten wisten de jury vooral te bekoren omwille van de betrokkenheid van elke partner en de symbiose, de bestendigheid van de relatie, de innovatieve visie, de toegevoegde waarde voor de samenleving en de eenvoud van de mechanismen waardoor ze vaak door anderen kunnen worden overgenomen.

“Het gaat niet enkel om het oplossen van een probleem, maar wel om het vinden van nieuwe oplossingen.”

De projecten werden beoordeeld door een onafhankelijke jury van meerdere stakeholders, samengesteld uit vertegenwoordigers uit de bedrijfswereld en het middenveld.

ORGANISATOREN

Sabine Denis

Business & Society Belgium,
Change Executive Officer

Oriane De Vroey

Business & Society Belgium,
CSR Business Partner

David Leyssens

KAURI,
Network Director

Jan Ockerman

KAURI,
Communication Manager

VOORZITTER



Jan van den Nieuwenhuizen

i-propeller, Senior Executive

LEDEN



Prof Dr Emeritus Tharsi Taillieu

KULeuven, Professor Organisational psychology



Brigitte Hudlot

ICHEC Brussels Management School, Head of the Sustainable Management & CSR and its Chair
ICHEC-Entreprises, Director



Yves Larock

Stichting Lodewijk De Raet, Directeur



Virginie Samyn

Ashoka, Belgium Representative



Benoît Derenne

Stichting voor de Toekomstige Generaties, Directeur



Benoît Fontaine

Koning Boudewijnstichting, Adviseur



Danny Jacobs

Bond Beter Leefmilieu, Directeur



Christ'l Joris

ETAP Lighting, Voorzitter van de Raad van Bestuur
Agoria, Federation of the Technology Industry, Voorzitter



Sibylle Mertens

ULG - Université de Liège, Onderzoeksdirecteur, coördinator van de Cera-leerstoel "Ondernemingszin en management in de sociale economie", lid van de pool RESPONSE (ULg)



Jean-Marie Postiaux

Solvay, Public Affairs Director Belgium



Selectiecriteria

In een streven naar eenvoud en gelijkvormigheid in de 28 deelnemende landen konden kandidaturen worden ingediend in een van beide categorieën:

- **Kmo:** minder dan 250 medewerkers, een omzet van minder dan 50 miljoen euro en een balanstotaal van minder dan 43 miljoen euro.
- **Grote onderneming:** meer dan 250 medewerkers of een omzet van meer dan 50 miljoen euro en of een balanstotaal van meer dan 43 miljoen euro.

De jury beoordeelde de acties van de ondernemingen volgens een rooster voor 'globale waardering'. Er werd rekening gehouden met de volgende indicatoren:

- **Innovatie (15%)** In hoeverre is de samenwerking een nieuwe benadering van het probleem of een nieuwe manier om het personeel in de activiteitensector in te zetten? In hoeverre zou ze kunnen worden overgenomen door andere ondernemingen en andere organisaties?
- **Samenwerking (15%)** Wie heeft het project opgestart en geleid? Hoe werd de uitvoering ondersteund door duidelijke doelstellingen en strategische intenties? Wie stond er aan het hoofd? Welke afdelingen waren erbij betrokken? Welke rol vervulden de onderneming en de partner(s) uit het middenveld? Hoe communiceerden de partners over de impact van hun samenwerking en moedigden ze de dialoog aan tussen de stakeholders?
- **Middelen (10%)** Over welke financiële en menselijke middelen en over hoeveel tijd beschikte het project?
- **Impact op de onderneming (15%)** In hoeverre was dit programma voordelig voor de onderneming op het vlak van human resources, intern en extern imago, werkomgeving, lokale verankering, enzovoort?
- **Impact op de partner (15%)** In hoeverre was dit programma voordelig voor de partner op het vlak van human resources, intern en extern imago, werkomgeving, lokale verankering, enzovoort?
- **Impact op de samenleving (30%)** In hoeverre heeft de samenleving baat gehad bij dit programma? Onder maatschappelijke impact verstaan we de impact op de samenleving in de ruime zin (de gemeenschap, het milieu, enzovoort).



De 10 belangrijkste lessen

- Verbind de doelstellingen van het project met de maatschappelijke visie van de partnerorganisaties.
- Gebruik de hefboomen en de sterke punten van elke partner als motor voor het project. De kracht schuilt in co-creatie: iedereen draagt een stukje bij tot de puzzel!
- Definieer duidelijk de rollen en gebruik de complementaire vaardigheden van elke partner.
- Bepaal en betrek de stakeholders bij elke belangrijke fase van het project.
- Betrek de algemene directie van de verschillende partners bij het project.
- Pas het project in de kern van de activiteiten van de partners in! Het is belangrijk dat elke partner vaardigheden bijdraagt die verband houden met de kern van zijn activiteiten. Dit draagt bij tot de verankerung van maatschappelijke betrokkenheid op alle niveaus van de organisatie.
- Neem de tijd om aan co-creatie te doen. Het is van cruciaal belang dat de partners op één lijn zitten, zowel wat de inhoud als de vorm betreft, dat ze zich volledig als drager van het project zien en de boodschap van het project zelf uitdragen.
- Communiceer, communiceer, communiceer. Gebruik de communicatiekanalen van de verschillende partners om zowel intern (mobilisatie en trots om erbij te horen) als extern (zichtbaarheid) te communiceren. Verspreid eveneens de informatie bij de stakeholders en plaats hen in deze verschillende communicaties op de voorgrond.
- Zorg voor een kettingreactie! Door hun partners te betrekken, zullen de dragende organisaties hun maatschappelijke impact nog vergroten en nieuwe opportuniteiten creëren.
- Combineer de verschillende werelden: de openbare en de private sector, bedrijven en kennisnetwerken, sociale sector en het bedrijfsleven, ... Uit deze confrontatie ontstaan innovatieve visies en handelwijzen.



INSPIRING PRACTICE: WINNAAR 'KMO'

Human-Capital Card

Ertzberg en 't Lampeke



De eenvoud van het mechanisme dat deze kmo invoerde, de lokale sociale meerwaarde en het belang ervan voor de partnerorganisatie maakten indruk op de jury. Ook de betrokkenheid van de medewerkers en de nauwe en evenwichtige banden tussen de partners werden op prijs gesteld door de jury.

BESCHRIJVING:

De partners van dit project waren, op een of andere manier, voorbestemd om elkaar te ontmoeten. Ertzberg omschrijft zichzelf als een holding van ondernemers die investeren in stadsontwikkeling, met veel aandacht voor het sociale aspect. De kmo telt 30 medewerkers, is gevestigd in Leuven en voert daar renovatieprojecten uit in een streven naar duurzaamheid. 't Lampeke is een vereniging, met eveneens 30 medewerkers, die actief is in een Leuvense wijk en die op verschillende manieren werkt met minderbedeelde bevolkingsgroepen: kinderopvang, animatiecentrum met huiswerkbegeleiding voor kinderen, begeleiding voor adolescenten en jongvolwassenen en, tot slot, een buurthuis met een sociaal restaurant.

Samen werkten ze de Human Capital Card uit, een uniek mechanisme voor advies op maat.

Ertzberg stelt 't Lampeke het equivalent van € 25.000 (ongeveer 300 manuren) van haar deskundigen ter beschikking, waarop de vereniging een beroep kan doen wanneer ze wil, om zich te laten bijstaan in domeinen waarvoor ze zelf niet over de nodige middelen beschikt. Na elke interventie van een deskundige wordt de werktijd afgetrokken van de 'waarde' van de kaart. In 2012 stonden 12 medewerkers van Ertzberg 't Lampeke bij.

Het betreft juridisch advies, communicatie, ICT, en project management. Naast de bijdrage aan menselijke middelen stelt de onderneming de vereniging ook een budget van € 25.000 ter beschikking voor de realisatie van haar sociale projecten, waarbij het geld werd vrijgemaakt binnen de 30 dagen na de aanvraag.

Het hefboomeffect is heel belangrijk in dit project. Voor één werf van de vereniging wist de onderneming bijvoorbeeld commerciële partners te mobiliseren die op hun beurt voor menselijke en materiële middelen zorgden. Ook de tussenkomst van deskundigen bij de zoektocht naar de beste energieleverancier zal op lange termijn een positieve impact voor de vereniging hebben.

Beide werelden ontmoeten elkaar ook daadwerkelijk, de hulp gaat niet in één richting. Zo



vormden de lokalen van de onderneming het decor van artistieke manifestaties waarop medewerkers, commerciële partners en klanten van Ertzberg konden kennismaken met het doelpubliek van 't Lampeke. De aandeelhouders van de onderneming werden bovendien persoonlijk uitgenodigd op de evenementen die de vereniging organiseerde.

RESULTATEN:

- Het wederzijdse respect leidt tot een nauwe samenwerking. De verantwoordelijke voor het directiecomité van Ertzberg zetelt in de Raad van Beheer van 't Lampeke en de CEO van de onderneming hielp de vereniging met het beheer van haar groeifase door samen een herstructureringsplan op te stellen.
- Onderneming en vereniging bouwden een vertrouwensrelatie op: de Human Capital Card beperkt de tussenkomst van de onderneming tot het leveren van expertise en de onderneming vertrouwt op 't Lampeke om deze bijdrage in de praktijk te brengen, wat bijdraagt tot de 'gemoedsrust' van de partnerorganisatie.
- De sociale betrokkenheid van de onderneming heeft een positieve impact op de werving. Sollicitanten vermelden regelmatig de samenwerking met 't Lampeke en de sterke maatschappelijke betrokkenheid van Ertzberg.

TIPS:

- De Human Capital Card versterkt het gevoel van maatschappelijke betrokkenheid van de medewerkers van Ertzberg doordat ze hen

de mogelijkheid biedt om daadkrachtig op te treden voor de vereniging.

- De communicatie rond het project is bewust gericht op het maatschappelijk belang van de samenwerking en verloopt voornamelijk via informele weg, reclame en sociale media (Facebook & Twitter).
- De medewerkers van Ertzberg die niet aan het project deelnemen ontvangen via intranet regelmatig informatie over de verwezenlijkingen van hun collega's die bij het initiatief betrokken zijn om zo de gemeenschappelijke motivatie te doen groeien.



CATEGORIE

Kleine onderneming/Urban Development.

JAAR

Opgestart in 2012. Voortgezet voor de volgende drie jaar.

PARTNERS

Onderneming: Ertzberg, Holding voor stadsontwikkeling.

Maatschappelijke organisatie:

't Lampeke, vereniging die actief in maatschappelijke integratie.

CONTACTPERSONEN

Ertzberg: Liesbet Creemers, Managementexecutive (lcr@ertzberg.be).

't Lampeke: Karin Nelissen, algemene coördinatrice (karin@lampeke.be).



INSPIRING PRACTICE: WINNAAR 'GROTE ONDERNEMING'

100% duurzame visvangst

Delhaize en WWF



De jury waardeerde het vastberaden engagement van deze belangrijke speler in de distributiesector voor een maatschappelijk doel. De onderneming geeft op die manier een signaal aan de andere hoofdrolspelers in de bevoorradingsketen en de consumenten. Het belangrijke hefboomeffect op de hele markt werd ook gewaardeerd.

BESCHRIJVING:

Overbevissing is, naast de opwarming van het klimaat, de grootste bedreiging voor het zeeleven. Volgens schattingen is 70% van de Europese visbestanden overbevist en zonder strenge hervorming van het visserijbeleid zal 91% van de visbestanden tegen 2020 bedreigd zijn.

Op voorspraak van CEO Pierre-Olivier Beckers, die wereldwijd wil streven naar een verantwoorde visvangst, besliste Delhaize in 2009 om het visaanbod in haar winkels te laten evolueren naar een 100% duurzaam assortiment tegen 2012. Om dit doel te bereiken werkt het samen met het WWF.

Het WWF stelde zijn expertise ten dienste van het project en begeleidde de verandering naar meer duurzaamheid. De Stichting De Noordzee voerde het assessment van de

supply chain van vis uit. ILVO & Natuurpunt, die lobbyen voor de duurzaamheid van de Belgische vissers, hielpen hen om hun vissersvloot in die zin aan te passen.

In plaats van de verkoop van bepaalde vissoorten te verbieden, kozen de partners ervoor om samen met de visserijsector te onderhandelen over de naleving van een aantal criteria om de schade door overbevissing te vermijden: uitsluitend vangen indien er voldoende vispopulatie is, de grootte van de gevangen vis, bijvangst van andere soorten beperken en vermijden, ...

Om zeker te zijn van de resultaten eist de distributieonderneming garanties, aldus Guy Denon, hoofdkoper van vis bij Delhaize. "Ofwel hebben de Belgische en buitenlandse vissers een MSC-certificaat (Marine Stewardship Council, een onafhankelijke organisatie die garandeert dat de producten afkomstig zijn van duurzame visvangst), of een certificaat met gelijkaardige duurzaamheidsvereisten. Wij gaan ook zelf ter plaatse om na te gaan of de vissersboot, de vismethode en het visgebied overeenstemmen met wat er op de factuur vermeld staat".

Het initiatief geniet van een maximale zichtbaarheid. Sinds 2010 wordt jaarlijks een

viswijzer uitgegeven en geüpdate. Het is een tabel waarin zeer concreet, in drie kolommen (groen, oranje, rood), wordt weergegeven wat de meest duurzame keuzes zijn op het vlak van visconsumptie. De interne en externe communicatie maken regelmatig melding van het initiatief bij het grote publiek en de commerciële partners.

De onderneming vertegenwoordigt voortaan ook de Europese distributieondernemingen bij de Alliance for Common Fisheries Policy Reform, opgericht door het WWF om het visserijbeleid van de EU te hervormen.

RESULTATEN:

- In 2012 was 100% van de verse en 80% van de diepvriesvis die in de Delhaize-winkels werd verkocht afkomstig van duurzame visvangst. De verhoopde doelstelling voor diepvriesvis in 2013 bedraagt 100%.
- Op dit voor het grote publiek en de beroepssector nog onbekende domein was de voortrekkersrol van een grote distributieonderneming als Delhaize van fundamenteel belang om te sensibiliseren voor het concept van duurzame visvangst en om de werkwijze van de actoren in de bevoorradingsketen te wijzigen.

TIPS:

- Duurzaamheid wordt een van de onderhandelingscriteria met de leveranciers, naast prijs en kwaliteit.
- Het personeel wordt sterk betrokken bij de actie. Naast algemene informatie kregen de medewerkers die in de visafdeling

werken ook een opleiding – georganiseerd in samenwerking met het WWF – over duurzame visvangst en de inspanningen die de onderneming op dit gebied levert.

- De consument wordt rechtstreeks aangesproken. Hij heeft geen andere keuze meer dan 'duurzame' vis, maar wordt in de visafdeling en via andere communicatiemiddelen geïnformeerd over het belang van deze keuze.
- Het engagement van het management is cruciaal in dit project in alle fasen, van de CEO tot de aankoopverantwoordelijken, via de marketingdiensten en de MVO-dienst.



CATEGORIE

Grote onderneming/Retail & Hospitality.

JAAR

Opgestart in 2009. Doelstelling bereikt in 2012.

PARTNERS

Onderneming: Delhaize: Voedingsdistributiegroep

Maatschappelijke organisatie: WWF (milieuorganisatie).

CONTACTPERSONEN

Delhaize: Anaïs Pauwel, Sustainable Private Brands Manager (Apauwels@delhaize.be)

WWF: Géraldine Louis, Corporate Partnership Manager (geraldine.louis@wwf.be).



INSPIRING PRACTICE: UITEENZETTING

Zitski: Skivakanties voor andersvaliden

The Outsider Coast, Anvasport en To walk again



De jury was gecharmeerd door het aspect 'plezier', dat dit programma voor hulp aan andersvaliden een extra dimensie geeft, en het evenwicht tussen de partners die hun respectieve sterke punten wisten te valoriseren.

BESCHRIJVING:

The Outsider Coast stelt middelen en mensen ter beschikking van twee verenigingen die sport voor andersvaliden promoten om een skivakantie voor andersvaliden te organiseren.

De samenwerking steunt op eenieders sterke punten: de onderneming stelt goed opgeleide instructeurs, waaraan het de verenigingen vaak ontbreekt, ter beschikking evenals haar logistiek (onder meer minibussen voor het vervoer), terwijl de verenigingen instaan voor de organisatie van de reizen, zoals ze dat altijd al hebben gedaan.

In het eerste jaar van de samenwerking werden 20 monitoren opgeleid, van wie er 8 ook daadwerkelijk een skivakantie hebben begeleid.





De medewerkers engageren zich ook persoonlijk, aangezien ze zelf 50% van de reiskosten betalen (de overige 50% wordt betaald door The Outsider Coast).

RESULTATEN:

- Door dit initiatief worden de deelnemers niet alleen uit hun isolement gehaald, het helpt hen ook in hun strijd tegen overgewicht die te wijten is aan hun sedentaire levenswijze.
- Dankzij dit initiatief kan de onderneming, ondanks het laagseizoen, de banden tussen haar seizoenmonitoren aanhouden en haar logistiek en knowhow blijven benutten.

TIPS:

- Communicatie via sociale netwerken met als resultaat een zeer positief beeld bij de leveranciers en bij de klanten die op hun beurt vragen hoe ze het project kunnen ondersteunen.
- Teambuilding met een maatschappelijk doel om de beste monitoren te motiveren om zich jaar na jaar opnieuw te engageren bij The Outsider Coast.



CATEGORIE

Kmo/Sportevenementenorganisatie aan de kust.

JAAR

Gestart in 2013, het is de bedoeling om het jaarlijks te herhalen.

PARTNERS

Onderneming: The Outsider Coast, een sportevenementenorganisatie aan de Belgische kust.

Maatschappelijke organisatie:

Anvasort en To Walk Again, twee verenigingen die sport toegankelijker willen maken voor personen met een handicap.

CONTACTPERSONEN

The Outsider Coast:

Geert Uytterhoeven, zaakvoerder (geert@theoutsidercoast.be).

Anvasport: Ronny De Gendt, verantwoordelijke voor het project Zitski (ronny@anvasport.be).


INSPIRING PRACTICE: UITEENZETTING

Octopus Dreamtour

SITA en Voetgangersbeweging



De twee partners werken samen in een domein dat iedereen aangaat en dat verband houdt met de kern van de activiteiten van de onderneming. De jury wilde tevens de directe, professionele en persoonlijke betrokkenheid van de medewerkers belonen..

BESCHRIJVING:

Het Octopusplan is een sensibiliseringscampagne voor verkeersveiligheid op weg naar school die in 2005 werd opgestart door de Voetgangersbeweging. SITA, een bedrijf gespecialiseerd in afvalbeheer, verleent zijn steun aan het project door te wijzen op de gevaren van de dode hoek, de zone naast de vrachtwagen waarin de chauffeur de zwakke weggebruiker niet ziet.

De vereniging neemt contact op met de scholen om een opleiding te geven aan de leerlingen van het 5e en 6e leerjaar. SITA stelt een



vuilniswagen en een chauffeur van zijn lokale vestiging ter beschikking om zo de impact van de opleiding te verhogen.

De animatoren van de Voetgangersbeweging maken gebruik van een spel, met miniatuurvrachtwagens en -voetgangers om de kinderen bewust te maken van de risico's op ongevallen. Er worden ook oefeningen met de vrachtwagen gehouden om de leerstof in de praktijk te brengen.



RESULTATEN:

- Deze samenwerking zorgt ervoor dat dankzij een echt praktijkvoorbeeld, een al te theoretische benadering van de sensibilisering voor verkeersveiligheid wordt vermeden.
- Doordat de chauffeurs zelf deelnemen aan de acties in de scholen, worden ook zij gewezen op de risico's die kinderen lopen en worden ze aangezet tot een grotere waakzaamheid tijdens de vuilnisophalingen.

TIP:

Het maatschappelijk project is gebaseerd op een bekommernis die verband houdt met de kernactiviteit van de onderneming: de afvalsector is onderhevig aan risico's op het vlak van verkeersveiligheid, in het bijzonder de dode hoek problematiek.



CATEGORIE

Grote onderneming/Energy & Utilities en Transport & Logistics.

JAAR

Schooljaar 2012-2013.

PARTNERS

Onderneming: SITA. Inzamelen, sorteren en valoriseren van afval.

Maatschappelijke organisatie:

**Voetgangsbeweging vzw/
Octopusplan, vereniging die het voetgangersverkeer van en naar school promoot.**

CONTACTPERSONEN

SITA: Natalie Korver, Communication Specialist (Natalie.korver@sita.be).

**Voetgangsbeweging vzw/
Octopusplan: Tom Dhollander, gedelegeerd bestuurder (tom.dhollander@voetgangsbeweging.be).**



INSPIRING PRACTICE: UITEENZETTING

Discover Your Talent

Accenture, Apco Worldwide, Elia, Freshfields Bruckhaus Deringer, MAKS en Business & Society Belgium

accenture

APCO
worldwide®

elia
Powering a world in progress

FRESHFIELDS BRUCKHAUS DERINGER

MAKS
vzw Media Actie Kuregem - Stad

BUSINESS & SOCIETY BELGIUM

De jury erkende het grote en onmiddellijke maatschappelijke nut van dit vrijwilligersinitiatief dat tegemoetkomt aan een belangrijke uitdaging voor het Brussels Gewest: de strijd tegen jongerenwerkloosheid, meer bepaald bij jongeren van buitenlandse afkomst uit achtergestelde wijken.

BESCHRIJVING:

De 'Discover Your Talent' editie 2013 bracht 65 vrijwilligers uit 5 ondernemingen en 80 jonge werkzoekenden van 18 tot 25 jaar samen. Tijdens workshops kregen deze jongeren advies op verschillende vlakken (cv, sollicitatiegesprek, zoeken naar vacatures, persoonlijk profiel, ...). Daarna werden de jongeren die dit wensten tijdens hun zoektocht naar een baan vier maanden lang ondersteund door een vrijwillige mentor.



Het project gaat verder dan een eenvoudige jobbeurs en wil de vooroordelen bestrijden die beide groepen over elkaar kunnen hebben. De vrijwilligers delen hun professionele motivatie en hun ervaring in het bedrijfsleven met de jongeren die vaak ver van deze realiteit staan en minder slaagkansen hebben bij het zoeken naar een baan bij gebrek aan ondersteuning.



De organisatie van de manifestatie in een achtergestelde volkswijk is tekenend voor de geest van het project.

RESULTATEN:

- Van de 55 jongeren die in 2012 deelnamen en die telefonisch werden ondervraagd 4 maanden na het evenement, hadden er 18 intussen een job gevonden en waren er 24 aan een beroepsopleiding begonnen.
- Het project werd opgestart door MAKS en B&S en wordt sinds 2012 gesteund door Actiris, de Brusselse dienst voor arbeidsbemiddeling, de Vlaamse Gemeenschapscommissie en de Kelders (Abattoir), waar het evenement plaatsvindt.

TIP:

Het evenement vindt plaats in de Kelders van Kuregem, een evenementenruimte die doorgaans niet wordt bezocht door de bewoners van de aangrenzende volkswijk. Dit is een manier om vanaf het begin de stereotypen te doorbreken.



CATEGORIE

Grote onderneming.

JAAR

Gestart in 2011, jaarlijks herhaald.

PARTNERS

Onderneming: Accenture (bedrijf dat advies verleent inzake management, technologie en outsourcing), Apco Worldwide (communicatiebureau), Elia (beheerder van het Belgische transmissienet voor elektriciteit), Freshfields Bruckhaus Deringer (advocatenkantoor).

Maatschappelijke organisatie: MAKS (vereniging voor professionele integratie) en Business & Society Belgium (Belgian Business Network for Corporate Social Responsibility).

CONTACTPERSONEN

Freshfields Bruckhaus Deringer: Anneleen Straetemans, advocaatennot (Anneleen.Straetemans@freshfields.com).

Maks: Gunter Vandeplass, projectverantwoordelijke (kurasaw@gmail.com).



INSPIRING PRACTICE: UITEENZETTING

LiCalab : Living & Care Lab

Janssen Pharmaceutica, stad Turnhout en Thomas More University College



Dit project is zeer vernieuwend, ook al staat het nog maar in zijn kinderschoenen, en de jury wilde vooral een concrete, nauwe en voortdurende vorm van samenwerking belonen tussen een overheid, een onderneming en een academische structuur.

BESCHRIJVING:

In 2009 start de stad Turnhout een plan om nieuwe industrieën aan te trekken en, na consultatie van de belangrijkste lokale stakeholders, beslist ze om te kiezen voor een strategie rond innovatie in de gezondheidszorg. De stad Turnhout neemt vervolgens contact op met de Thomas More University College en met Janssens Pharmaceutica dat hierin een gelegenheid ziet



om tegemoet te komen aan een behoefte in zijn sector. 60 tot 70% van de innovaties in de gezondheidszorg haalt nooit de markt omdat ze niet afgestemd zijn op de daadwerkelijke behoeften van de gebruikers.

LiCalab geeft een antwoord op dit probleem door ervoor te zorgen dat innovatieve diensten of producten getest kunnen worden bij toekomstige gebruikers. Dankzij een concreet contact met de toekomstige consumenten helpt het project om beter de doelgroepen voor de innovaties te bepalen en om innovaties sneller op de markt te brengen.



RESULTATEN:

- Sinds eind 2012 voerde LiCalab tests uit voor twee bedrijven, waaronder, voor rekening van de Nederlandse post, de haalbaarheidsstudie van een dienst om boodschappen aan huis te leveren voor minder mobiele ouderen.
- Dankzij deze economische tool werd een verouderd industrieterrein heringericht en is er een banenpotentieel in de gezondheidszorg.

TIPS:

- De mobilisatie van drie actoren spitst zich toe op een cruciale fase in de technologische innovatie: de overgang van het theoretische concept naar de commercialisering.
- De slaagkansen van het project worden ondersteund door de keuze voor een veelbelovende markt: een betere levenskwaliteit van de patiënten en meer bepaald van bejaarden.



CATEGORIE

Grote onderneming / Healthcare.

JAAR

Gestart in 2009, operationeel sinds 2012.

PARTNERS

**Onderneming: Janssens
Pharmaceutica, Farmaceutische
groep.**

**Maatschappelijke organisatie: Stad
Turnhout en Thomas More University
College, instelling voor hoger
onderwijs.**

CONTACTPERSONEN

**Janssens Pharmaceutica : Bie Van de
Vloet, Senior Manager Sustainability
(Bvdvloet@its.jnj.com).**

**Stad Turnhout: Francis Stijnen,
schepen
(Francis.stijnen@turnhout.be).**



Spring in het rond, eet gezond! Danone, de Belgische Vereniging voor Kindergeneeskunde (BVK) en European Club of Pediatric Dieticians (CEDE) en het Danone Instituut.

Grote onderneming



In België lijdt meer dan een op de vijf kinderen aan overgewicht of ondervoeding. Danone ontwikkelde samen met de Belgische Vereniging voor Kindergeneeskunde en de European Club of Pediatric Dieticians en met de steun van het Danone Instituut, een pedagogisch en ludiek instrument voor de volksgezondheid. Het spel 'Spring in het rond, eet gezond!' is het resultaat van een samenwerking tussen het bedrijf, onderwijzers en gezondheidswerkers. Het richt zich tot leerlingen van lagere school, wordt in het schoolprogramma opgenomen en moedigt kinderen aan om gezond te eten en regelmatig te sporten. Het omvat tevens aspecten in verband met hygiëne en respect voor het milieu. Sinds 2010 werden 1900 exemplaren uitgedeeld in een derde van de Belgische scholen. De digitale versie, gelanceerd in november 2012, werd al bijna 1500 maal gedownload.

CONTACT:

Danone: Patricia Klein, Directrice Corporate Affairs
(patricia.klein@danone.com).

CEDE: Marie-Josée Mozin, Kinderdiëtiste in het Universitair
Kinderziekenhuis Koningin Fabiola
(mariemozin@skynet.be).

Centralisering van de Dienst voor het Bloed

Bopro en Rode Kruis Vlaanderen

Kleine onderneming

bopro



Bopro en Rode Kruis Vlaanderen (RKV) centraliseerden de 'Dienst voor het Bloed' in een nieuw 'Nearly Zero Energy Building' of een gebouw waar het energieverbruik op jaarbasis vrijwel gelijk is aan de hoeveelheid energie dat het gebouw opwekt uit hernieuwbare bronnen. De vernieuwde technieken en methodologieën, de financiële haalbaarheid, de transparante en participatieve samenwerking tussen beide partners leiden tot een klimaatverantwoord, functioneel gebouw die het maatschappelijk verantwoorde karakter van de organisatie ondersteunt.

Het verderzetten van deze samenwerking op de volledige RKV portfolio wordt onderzocht en zal ook leiden tot een klimaatimpactvermindering in de bestaande gebouwen van RKV.

CONTACT:

Bopro: Peter Garré, Managing Director
(Peter.garre@bopro.be).

RKV: Stijn Van Bosstraeten, Manager PR & Corporate
Communicatie (stijn.vanbosstraeten@rodekruis.be).

INSPIRING PRACTICES



Leerstoel Pensioenbeleid Delta Lloyd Life en KU Leuven

Grote onderneming

delta lloyd
LIFE

KATHOLIEKE UNIVERSITEIT
LEUVEN

De pensioenproblematiek is cruciaal voor de toekomstige generaties. Delta Lloyd Life wilde het wetenschappelijk onderzoek in dit domein ondersteunen met de oprichting van een Leerstoel over deze materie aan de KU Leuven. De Leerstoel 'Pensioenbeleid' wil het pensioenbeleid in ruime zin onderzoeken, dus ook de pensioenen van de tweede en derde pijler, de determinanten en gevolgen ervan analyseren en beleidsvoorstellen uitwerken. Men voert onderzoek om gegevens te verzamelen die met name worden gepubliceerd in een 'Pensioenatlas' en op die manier een objectief debat met het grote publiek, de bedrijven en de publieke verantwoordelijken tot stand te brengen.

CONTACT:

Delta Lloyd Life: Goeminne Eline, Corporate Communication Officer

(Eline.goeminne@deltalloydlife.be).

KU Leuven Faculteit Sociale Wetenschap: Professor Jos Berghman, Gewoon hoogleraar Sociaal Beleid aan de Faculteit Sociale Wetenschappen. Programmadirecteur van de opleiding Sociologie van de Faculteit Sociale Wetenschappen en van IMPALLA, de International Master in Social Policy Analysis
(jos.berghman@soc.kuleuven.be).

Eerlijke handel met Peruviaanse boeren

Colruyt, Scana Noliko, Gandules, REOPA, Vredeseilanden, KU Leuven en International Center for Tropical Agriculture

Grote onderneming

colruyt laagste prijzen

vredeseilanden

Boeren verdienen meer

KATHOLIEKE UNIVERSITEIT
LEUVEN

Met de beslissing om bokalen met groene asperges uit Peru te verkopen, heeft Colruyt de aanzet gegeven voor de ontwikkeling van een netwerk van eerlijke handel. De actie is gebaseerd op een analyse van de KUL en de expertise van Vredeseilanden op het vlak van duurzame landbouwontwikkeling. Het is de bedoeling om kleine Peruviaanse landbouwbedrijven te helpen hun belangrijkste productie, groene asperges, te exploiteren en om hen correct te vergoeden voor hun producten (ze verdienen gemiddeld 6% van de exportwaarde). Het belang van het project ligt in het feit dat alle actoren van de productieketen bij het initiatief werden betrokken, zoals de verenigingen van Peruviaanse aspergetelers en de lokale uitvoerder, REOPA, en de Belgische leverancier van de distributieketen, Scana-Noliko.

CONTACT:

Colruyt: Mieke Vercaeren, Adviseur Public Affairs en Duurzaam Ondernemen (Mieke.vercaeren@colruyt.be) en Philippe Toussaint, Verantwoordelijke Sustainable Sourcing (philippe.toussaint@colruyt.be).

Vredeseilanden: Jan Wyckaert, Verantwoordelijke programma Noord – Externe relaties
(jan.wyckaert@vredeseilanden.be).



CREAZI

Okazi, Burocad en De Container (stad Hasselt)

Kleine onderneming



CREAZI smeedt een unieke band tussen de creatieve sector (kunst, design of onderwijs) en de bedrijfswereeld, via het hergebruik van materialen. Op initiatief van de kringwinkel Okazi en met de steun van de stad Hasselt zamelt het netwerk materiaal (papier, textiel, hout, metaal, ...) in bij particulieren en een veertigtal bedrijven, waaronder drukkerij Burocad, waarna het wordt geschonken aan mensen die het een nieuwe bestemming willen geven in een kunstwerk. CREAZI organiseert ook workshops over de sensibilisering rond de afvalproblematiek en beschikt over een tentoonstellingsruimte. In 2012 telde het netwerk 900 leden en zamelde het per maand gemiddeld één ton materiaal in.

CONTACT:

Burocad: Mieke Neven, zaakvoerder (mieke@burocad.be).
De Springplank vzw – kringwinkels OKAZI: Erwin Hermans, gedelegeerd bestuurder (erwin@okazi.be).

Ontwikkeling van een bioverpakking

Be_Natural, Lima, Pack4Food en Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie

Kleine onderneming



Dit collectieve initiatief van bedrijven verenigd in kennisnetwerken onderzoekt de toepasbaarheid van bioplastisch voor het verpakken van levensmiddelen. Een van de geteste folies (Natureflex™) werd op de markt gebracht als bioverpakking voor biorijst, in samenwerking met Be_Natural en Lima. Het project wil tevens de producenten en distributeurs van levensmiddelen en de producenten van verpakkingsmateriaal sensibiliseren voor het gebruik van bioplastisch en dus voor een duurzamere verpakkingsstrategie. Bioplastisch heeft een zeer positieve milieu-impact: er wordt geen aardolie gebruikt bij de productie en tijdens de productie wordt minder CO₂ uitgestoten dan bij de productie van conventioneel plastic. Het kan ook worden gecomposteerd en heeft dus ook een positieve impact op de geproduceerde hoeveelheid afval.

CONTACT:

Be_Natural: Dirk Wens, Managing Director / CEO
(Dirk.wens@benatural.be).

Pack4Food: Prof. Dr. Ir. Peter Ragaert, Project manager
project IWT-CO 095062 "Toepasbaarheid van bioplastics
voor het verpakken van levensmiddelen"
(peter.ragaert@UGent.be).

INSPIRING PRACTICES



Eco-zoning van Tertre-Hautrage-Villerot

YARA, ERACHEM, POLYOL, ADVACHEM, WOS, SHANKS, EULOCO, HAINAUT-TANKING, stad Saint-Ghislain en de Intercommunale voor Economische Ontwikkeling en Ruimtelijke Ordening van de regio's Bergen-Borinage en Centre

Grote onderneming



Dit project voor industriële ecologie wil het concurrentievermogen opnieuw aanscherpen en de milieurisico's beperken in een bedrijvenzone waar voornamelijk chemische bedrijven actief zijn en die dateert van de jaren '20. Twee jaar lang voerden acht bedrijven onderling en samen met de plaatselijke intercommunale gesprekken, met de steun van de gemeentelijke overheden. Ze spraken zich uit voor de verkenning van duurzame actiepistes in domeinen waar de partners over actiemiddelen beschikken: grondstoffen, energie, water, transport, veiligheid, landschap en biodiversiteit, communicatie. De ontwikkeling van het eco-zoningproject heeft geleid tot samenwerkingen tussen de bedrijven en een nieuwe bewustwording van het algemeen belang, met name de levenskwaliteit van de omwonenden, door middel van het milieuaspect.

CONTACT:

YARA Tertre: Rémi Lemetter, General Manager
(Remi.Lemetter@yara.com).

IDEA: Maïté Dufasne, ingénieur-architect op de dienst Ruimtelijke Ordening en coördinator van het eco-zoningproject (m.dufasne@idea.be).

Fonds Duurzaam Materialen- en Energiebeheer

INDAVER, Actiecomité ter Beveiliging van het Leefmilieu op de Linkeroever, Bond Beter Leefmilieu en Koning Boudewijnstichting

Grote onderneming



ABLLO vzw



Een mogelijk conflict werd omgezet in een originele samenwerking. De bouw van een installatie voor de verwerking van huishoudelijk en industrieel afval van Indaver zorgde bij plaatselijke milieuverenigingen voor ongerustheid. Uit de gesprekken met de verschillende partijen ontstond het idee om een Fonds op te richten voor de financiering van projecten die aanzetten tot duurzame mentaliteitswijzigingen op het vlak van afvalbeheer vanwege de burgers en openbare of private instellingen. De verschillende identiteiten van de partners hebben geholpen om zeer concrete projecten met multiplicatoreffect op te zetten, zoals 'Iedereen Eco', dat de consumenten bewust maakte van de manier om boodschappen te verpakken. Tot nu steunde het Fonds 59 projecten voor een totaalbudget van 857.000 euro.

CONTACT:

INDAVER: Jos Artois, Communication Corporate Manager
(jos.artois@indaver.be).

Bond Beter Leefmilieu: Danny Jacobs, directeur-generaal
(Danny.jacobs@bbvlv.be).



FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand)

Edenred, FOD Volksgezondheid, Hogeschool Lucia de Brouckère en NutriChallenge

KMO



Obesitas vormt een van de grootste uitdagingen voor de volksgezondheid in de 21ste eeuw. Het is verantwoordelijk voor 2 tot 8% van de gezondheidsuitgaven en 10 tot 13% van de sterftegevallen in Europa. Het FOOD-programma, dat in acht Europese landen loopt, promoot een evenwichtige voeding via het systeem van de maaltijdcheques om zo vraag en aanbod op elkaar af te stemmen. Het initiatief richt zich enerzijds tot werknemers, om hun voedingsgewoonten aan te passen, maar anderzijds ook tot restauranthouders, om de voedingskwaliteit van hun gerechten te verbeteren. In België bereikte FOOD reeds 850.000 werknemers, 30.000 bedrijven en 30.000 restaurants. Uit een evaluatie is gebleken dat de personen die door het programma werden bereikt, verklaren meer aandacht te besteden aan de samenstelling en het evenwichtige karakter van hun maaltijden.

CONTACT:

Edenred: Fanny Charpentier, Communication & CSR Manager (fanny.charpentier@edenred.com).
FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en het Leefmilieu – Nationaal Voedings- en Gezondheidsplan (NVGP): Olivier Christiaens, communicatiedeskundige (olivier.christiaens@gezondeid.belgie.be).

Werfwachters

Willemen General Contractor en Levanto

Grote onderneming



Met de creatie van de functie ‘werfwachters’ is Levanto, een onderneming actief in de sociale economie, erin geslaagd om een nieuwe niche van mogelijke banen te creëren voor sociaal zwakkeren. Bouwbedrijf Willemen van zijn kant is erin geslaagd om de kost voor de opslag en het verwijderen van zijn werfafval aanzienlijk te doen dalen. Met de hulp van het Wetenschappelijk en Technisch Centrum voor het Bouwbedrijf werd een sorteercentrum met een afvalbeheerplan opgericht op de werven en kregen 12 langdurig werklozen een opleiding in het sorteren van afval waarvan een deel vandaag wordt hergebruikt. Op die manier daalden de opslag- en stortingskosten. Gezien de onmiddellijke economische impact van het project overwegen andere bouwbedrijven om het systeem ook in te voeren.

CONTACT:

Willemen General Contractor: Ivan Malfliet, talentcoördinator (Ivan.malfliet@willemen.be).
Levanto: An Rose Vandewinckele, Directeur (An-rose.vandewinckele@levanto.be).

INSPIRING PRACTICES



Integratie van personen met een handicap

COFELY Services, het Koninklijk Instituut voor Doven en Blinden en Manpower

Grote onderneming

COFELY Services
GDF SUEZ



De werving van doven en slechthorenden leidde ertoe dat elke partner van dit project een oplossing vond voor een specifiek probleem: de moeilijkheid om bekwaam personeel te vinden, met name op technisch vlak, voor Cofely Services, en, voor het KIDB, het gebrek aan opleidings- en integratiemogelijkheden voor zijn leerlingen met een handicap. Vandaag zijn meerdere slechthorende technici en meerdere dove administratieve medewerkers actief in het bedrijf. Manpower staat in voor de administratieve concretisering van deze gemeenschappelijke doelstelling om personen met een handicap de kans te bieden toe te treden tot de arbeidsmarkt. Het Training Center van Cofely Services biedt voortaan overigens ook technische opleidingen aan aan de leerlingen en docenten van het KIDB.

CONTACT:

COFELY Services: Eddy Noben, HR Directeur
(Eddy.noben@cofelyservices-gdfsuez.be).
IRSA: Reginald Beyaert, directeur-generaal
(r.beyaert@irsa-cds.be).

microStart, een duwtje in de rug voor microprojecten

Association pour le Droit à l'Initiative Économique en BNP Paribas Fortis

Grote onderneming



Armen kunnen hun statuut van uitkeringsgerechtigde, waarop soms wordt neergekeken, achter zich laten om (opnieuw) economische actoren in de samenleving te worden en hun waardigheid terug te vinden. Dat is de centrale boodschap die microStart uitdraagt, een organisatie voor microkrediet die bedragen tot 10.000 euro leent aan personen die geen toegang hebben tot banken (werklozen, sociale huurders, kwetsbare zelfstandigen, ...). BNP Paribas steunt het programma financieel en door vrijwillige medewerkers (momenteel 25) ter beschikking te stellen die de kredietnemers met raad en daad bijstaan. Het project dat nu ook door de overheid wordt gesteund, hielp in 2012 350 mensen om een zaak op te richten of te ontwikkelen.

CONTACT:

BNP Paribas Fortis: Alex Houtart, CSR-directeur
(alex.houtart@bnpparibasfortis.com).
microStart: Patrick Sapy, directeur-generaal
(Patrick.sapy@microStart.be).



New World of Work

Microsoft en Flanders Synergy

Grote onderneming



De demografische uitdagingen, de toenemende mobiliteitsproblemen, het tekort aan geschoolde arbeidskrachten, ... allemaal uitdagingen die New World of Work wil aangaan door nieuwe vormen van arbeidsorganisatie te ontwikkelen. Het basisprincipe is eenvoudig: de medewerker levert een resultaat af in plaats van aanwezig te zijn, ongeacht de plaats of het tijdstip. Het partnerschap werd opgericht door Microsoft en 8 andere ondernemingen en maatschappelijke organisaties en werkte een platform uit (www.slim-werken.be), waarop alle kennis en de beste praktijken ter zake worden verzameld. Het partnerschap organiseert interactieve workshops en begint in 2013 met het programma 'Start to NWOW' voor ondernemingen die nieuwe werkvormen willen invoeren.

CONTACT:

Microsoft: Elke Jeurissen, Projectmanager (elke.jeurissen@glassroots.com).

Flanders Synergy: Mieke Van Gramberen, General Manager, (mieke.vangramberen@flanderssynergy.be).

PC Solidarity

Deloitte en Close the Gap

Grote onderneming



Het programma PC Solidarity van Close the Gap biedt verenigingen de informaticamiddelen (pc's, opleiding, financiële middelen, software, printers) die nodig zijn om werkzoekenden te helpen. Sinds 2008 steunt Deloitte deze inspanning doordat het de vereniging werknemers ter beschikking stelt met boekhoudkundige, fiscale, juridische en auditexpertise. Via het principe 'Partnering Partnership' stimuleert de onderneming tevens haar zakenpartners om op hun beurt het project te steunen. Zo heeft Deloitte een van zijn leasingpartners voor computer materiaal ervan overtuigd om computers die uit omloop worden genomen ter beschikking te stellen van de vereniging. Het maatschappelijk doel is driedelig: economisch, door de positieve impact op de tewerkstelling, ecologisch, door het hergebruik van pc's te stimuleren, en maatschappelijk, door de hulp aan kwetsbare groepen.

CONTACT:

Deloitte: Claire Van Bergen, Director Corporate Responsibility (clvanbergen@deloitte.com).

Close the Gap: Olivier Vanden Eynde, Founder and Managing Director (olivier@close-the-gap.org).

INSPIRING PRACTICES



Integratieproject www.pro-talent.be

IBM, Antwerps Integratiecentrum
'de8' en Centrum voor Migratie en
interculturele studies

Grote onderneming



In een stad als Antwerpen blijkt 17% van de nieuwkomers hooggeschoold te zijn en toch moeilijk een job op hun niveau te vinden. De cel 'Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen' van IBM heeft samen met het integratiecentrum 'de8' oplossingen bedacht om dit tekort aan professionele integratie van mensen met een diploma en afkomstig uit een minderheid weg te werken. Het resultaat: een website, www.protalent.be, waarop ze informatie vinden over de arbeidsmarkt en er een cv kunnen achterlaten dat door potentiële werkgevers kan worden geraadpleegd. Vijf werknemers van IBM ontwikkelden de website en het bedrijf schonk een aantal softwarelicenties. De website werd gelanceerd in 2012 en reeds 300 werkzoekenden maakten er een account op aan.

CONTACT:

IBM: Katrien Hoogewijs, Corporate Citizenship Manager
(Katrien.hoogewijs@be.ibm.com).

de8: Anja Boonen, Coördinator teamwerk, vrije tijd en
vrijwilligerswerk (Anja.boonen@de8.be).

Project 'Onverkochte voedingswaren'

Delhaize, Atelier Groot Eiland en
Saint Vincent de Paul

Grote onderneming



Delhaize heeft in enkele winkels een pilootproject voor het beheer van onverkochte voedingswaren opgestart om op die manier voedselverspilling te vermijden. Elke avond na 16 uur mogen liefdadigheids- en socio-professionele organisaties producten meenemen die niet verkocht raken omdat de vervaldatum nadert of omdat de verpakking is beschadigd. Deze producten worden rechtstreeks verdeeld aan gezinnen of worden bereid in de vereniging voor sociale tewerkstelling Atelier Groot Eiland. Dit vormt een belangrijke bijdrage voor verenigingen wier financiering lijkt te dalen terwijl de vraag om hulp toeneemt. Kansarme gezinnen krijgen voortaan ook verse producten. Het project is niet louter een eenvoudige bedeling, maar is gebaseerd op een voortdurende dialoog tussen de partijen, een win-win situatie voor beide partijen.

CONTACT:

Delhaize: Jonathan Martens, Environmental Project
Manager (jmartens@delhaize.be).

Atelier Groot Eiland: Tom Dedeurwaerder, coördinator
(tom@ateliergroteiland.be).



Safer Internet Training Microsoft, Belgacom en Child Focus.

Grote onderneming



Kinderen maken vaak gebruik van ICT maar zijn zich weinig bewust van de gevaren van het internet en dit geldt ook voor leerkrachten. Microsoft en Belgacom hebben de handen in elkaar geslagen om Child Focus te helpen bij zijn inspanningen om kinderen ervan bewust te maken goede reflexen aan te nemen wanneer ze surfen. Werknemers van beide ondernemingen komen hierover vrijwillig spreken in lagere scholen om zo ook de leerkrachten te helpen een programma rond dit onderwerp op te zetten. Child Focus zorgt voor hun opleiding en ontwerpt het pedagogisch materiaal om de leerkrachten te helpen hun leerlingen op lange termijn te blijven informeren. In de loop van het schooljaar 2011-2012 bereikte Safer Internet Training 20.000 kinderen, 851 leerkrachten en 358 scholen dankzij 154 vrijwilligers van Microsoft en 341 vrijwilligers van Belgacom.

CONTACT:

Microsoft: Laurence Verriest, CSR Manager
(v-laverr@microsoft.com).

Child Focus: Nadège Bastiaenen, E-safety program manager (Nadège.bastiaenen@childfocus.org).

Integratie van studenten met alternatieve leervorm

COFELY Services en Centrum voor
Deeltijds Onderwijs Don Bosco
Werken én Leren Wilrijk

Grote onderneming



Hoe kunnen jongeren worden aangetrokken tot technische beroepen zoals onderhoud, waarin een nijpend tekort aan kandidaten is en die geen goed imago hebben? Om hierop een antwoord te vinden ging Cofely Services een samenwerking aan met het Centrum voor Deeltijds Onderwijs Don Bosco in Wilrijk. Samen stelden de partners een intensief begeleidingsprogramma op voor jongeren die vaak een problematische schoolloopbaan doorlopen hebben. Het is de bedoeling om deze stagiairs gemakkelijker aan een job te helpen door hen de nodige technische en sociale vaardigheden bij te brengen. Dankzij deze oplossing kunnen de leerlingen een diploma behalen dat ze te gelde kunnen maken op de arbeidsmarkt en kan het bedrijf een beroep doen op reeds goed opgeleide arbeidskrachten.

CONTACT:

COFELY Services: Eddy Noben, HR Directeur
(Eddy.noben@cofelyservices-gdfsuez.be).

Don Bosco Werken én Leren Wilrijk: Karl van Reeth,
Tewerkstellingsverantwoordelijke
(karl.vanreeth@donboscowilrijk.be).

INSPIRING PRACTICES



WE LOVE YOUR PROJECT

EDF LUMINUS en Federaal Werk de Vrienden der Blinden en Slechtzienden vzw

Grote onderneming



In het kader van 'We love your project', een jaarlijks programma waarmee het bedrijf maatschappelijke projecten ondersteunt van verenigingen die door het personeel worden gekozen, financierde EDF Luminus de audiodescriptie van 'A pas de loup', een Frans-Belgische film die de prijs voor Beste Europese Kinderfilm 2012 behaalde. Audiodescriptie maakt films toegankelijk voor personen met een visuele beperking, dankzij de toevoeging van audiocommentaar die de acties van de film beschrijft. Deze taak werd verricht door het Federaal Werk de Vrienden der Blinden en Slechtzienden, die onder meer iedere vorm van cultuur toegankelijk willen maken voor personen met een visuele handicap. EDF Luminus financierde ook een 'making of' van de audiodescriptie om de vereniging te helpen haar knowhow op dit domein te valoriseren en om financiële steun te krijgen.

CONTACT:

EDF LUMINUS: Pascale-Marie Barriquand,
Senior Advisor, Corporate Social Responsibility
(pascale-marie.barriquand@edfluminus.be).

Federaal Werk de Vrienden der Blinden en Slechtzienden:
Jean-Yves Gego, directeur-generaal
(c.massin@amisdesaveugles.org).

Nota's

A series of horizontal dotted lines for writing notes.



BUSINESS & SOCIETY BELGIUM

Business & Society is het referentienetwerk voor bedrijven die in samenwerking met verschillende stakeholders naar de uitbouw van een inclusieve, groene en verantwoorde economie voor een duurzame maatschappij streven. Als referentiepunt voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) in België bieden wij ondernemingen ondersteuning en tools door goede praktijken te delen, door nieuwe oplossingen inzake MVO te ontwikkelen en door de stakeholders te informeren over verschillende aspecten van MVO. Ons netwerk biedt een uitwisselingsplatform en een klankbord zodat de maatschappelijke betrokkenheid op alle niveaus van de organisatie leeft en continu verbetert.

Business & Society Belgium, Stuiversstraat 8, 1000 Brussel
www.businessandsociety.be



KAURI is het Belgische multistakeholder netwerk voor duurzaamheid. Het verbindt meer dan 260 bedrijven, middenveldorganisaties, overheden en kennisinstellingen. Dankzij dit zeer uiteenlopende ledenbestand, kan KAURI veel wederzijds begrip kweken en onverwachte linken leggen tussen bedrijfswereld en andere maatschappelijke spelers. Het netwerk staat dan ook bekend als het vertrouwelijk en inspirerend platform bij uitstek voor organisaties die kennis en kennis willen delen om samen aan een duurzame toekomst te bouwen.

KAURI, Fiennessstraat 77, 1070 Brussel
www.kauri.be

COLOFON

Opgesteld op 5 april 2013.

Redactie: Carine Vassart. Communications, Place Communale, 1 C, 1360 Malèves Ste Marie. Véronique Haché, Business & Society Belgium.

Vormgeving: Luc Roels, Comm'Sa, Kleindokkaai 1, 9000 Gent, www.commsa.be

Vertaling: Véronique Gesché, Signes & Caractères, Bd Théo Lambert 90, 1070 Bruxelles.

Verantwoordelijke uitgevers: Sabine Denis, Stuiversstraat 8, 1000 Brussel en David Leyssens, de Fiennessstraat 77, 1070 Brussel



Sustainable Partnerships Award 2013

