

Transparantie en MJV's

Jos Reinhoudt
reinhoudt@beco.nl
18 januari 2010



WINST IN DUURZAAMHEID

Over BECO

- Adviesbureau, gespecialiseerd in duurzaamheid en MVO
 - Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen
 - Managementsystemen, ISO 14000/26000
 - Materialen / C2C, Product en proces
 - Energie, duurzaam bouwen en klimaat
- Klanten bij multinationals, bedrijven, overheden, NGO's
- Ongeveer 50 medewerkers in Nederland en België
- Meer info op www.beco.nl

BECO en MJV's

MJV's voor:

- Rabobank, Achmea, Het NIC, ARN, Icova, CSU, Amsterdam RAI, Aebi-Schmidt, en meer
- Sinds kort: samenwerking met Total Identity, met als doel MJV's beter te integreren in communicatiestrategie

CHALLENGING AMBITION

TOTAL IDENTITY

Transparantie en jaarverslagen

- Introductie: transparantie
- Wat is duurzaamheidsverslaggeving?
- Waarom een duurzaamheidsverslag?
- Global Reporting Initiative (GRI)
 - Stakeholders
 - Materialiteit
- Aanpak

Transparantie

- Transparantie is steeds belangrijker
 - Voorbeelden: Kieskeurig.nl, Rank-a-brand, Transparantiebenchmark
- Transparantie is kernbegrip in discussie over maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)
 - Maatschappelijk verantwoord' houdt ook in: 'verantwoording afleggen'
 - Maatschappelijk jaarverslag is goede manier om transparantie vorm te geven
 - Vandaag: thema van bijeenkomst MVO-Nederland



Waarom een duurzaamheidsverslag?

Externe motieven

- *Shareholders*-perspectief verschuift naar *stakeholders*-perspectief: belanghebbenden verwachten meer dan alleen financiële winst, ze verwachten ook sociale en milieuwinst
 - 'Aanspreekbaar zijn' op werkwijze: verantwoording afleggen (vandaar: maatschappelijk verantwoord)
 - Vertrouwen, zeker nu ('licence to operate')
 - Profilering als duurzame organisatie
 - Overheden gaan ernaar vragen bij aanbestedingen

Waarom een duurzaamheidsverslag?

Interne motieven

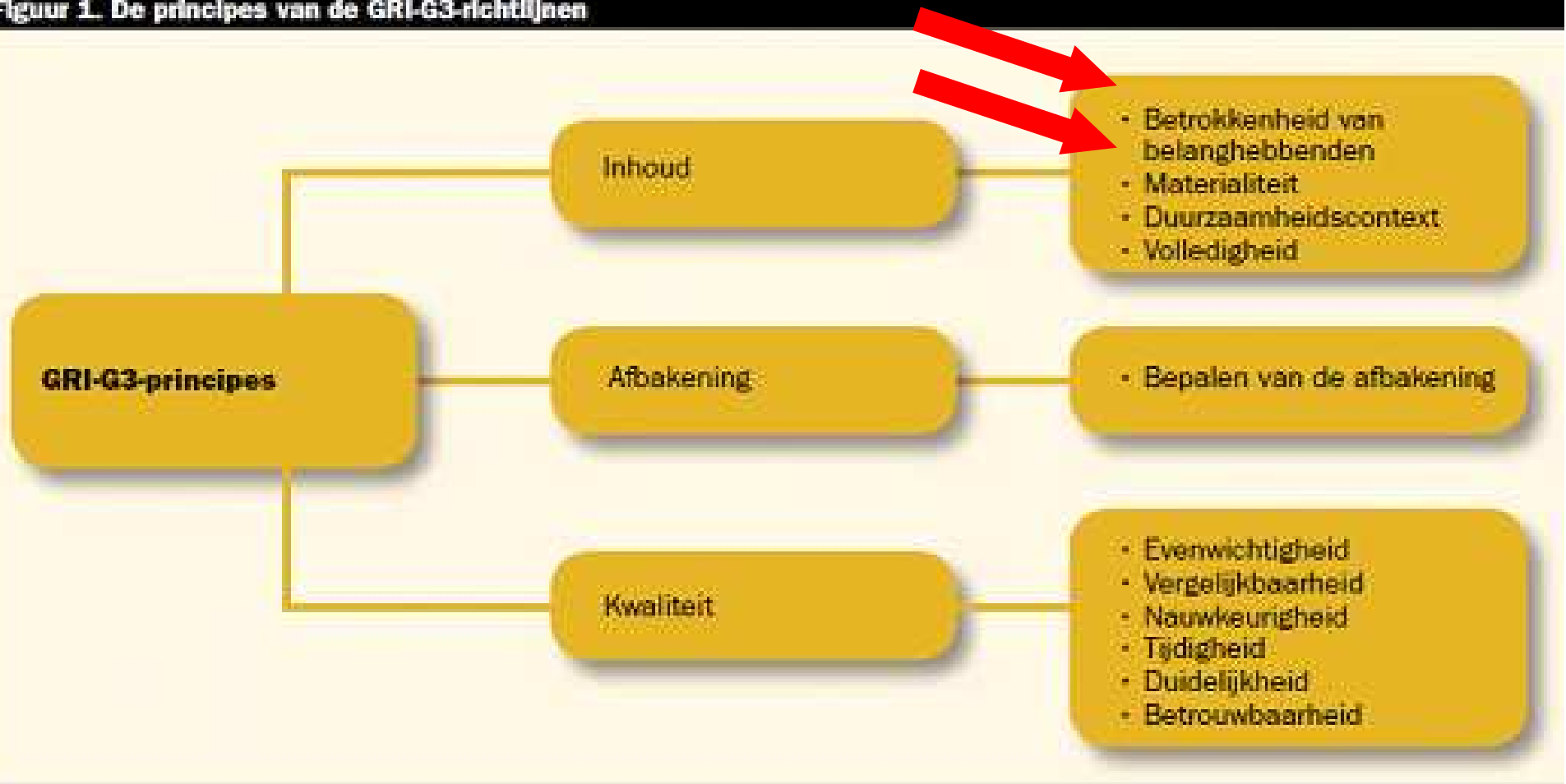
- Iedereen informeren over MVO-beleid
- 'Trots op de organisatie'
- Verslag als middel om MVO-beleid te ontwikkelen...
- ...en te monitoren
- Mogelijkheid tot benchmarking: hoe doe ik het in vergelijking met anderen?

Hoe gaan we een verslag maken?

1. Gestructureerd, volgens een standaard?
 2. Intuïtief, op gevoel?
- Voor een eerste MJV beginnen we vaak met het expliciet maken van lopende initiatieven
 - Inventariseren bestaand MVO-beleid (soms is dat impliciet)
 - Lopende projecten (energie, personeel, issues)
 - Daarna volgen de standaarden 'vanzelf'
 - Global Reporting Initiative (GRI), Transparantiebenchmark, ISO 26000, Richtlijn 400

Principes van GRI-G3

Figuur 1. De principes van de GRI-G3-richtlijnen



Inhoud: waar gaat het rapport over?

Belangrijkste ingrediënten:

- Betrokkenheid van belanghebbenden ('stakeholders')
- Materialiteit
- Duurzaamheidscontext
 - Aanvullende informatie, bedoeld om de gegevens in het verslag te kunnen beoordelen
- Volledigheid
 - Geen belangrijke (materiële) issues weglaten

Betrokkenheid van belanghebbenden

- Wie zijn de stakeholders? Wie is 'de maatschappij'?
- Wat willen ze van je weten?
Waar rekenen ze je op af? (meestal niet de koffie)

Nodig: stakeholderanalyse

- In de keten (leveranciers, personeel, klanten)
- Buiten de keten (ngo's, overheden, burens)
- Onafhankelijk, kritisch, deskundig en voldoende gespreid

Stakeholders (voorbeelden)

- **Achmea**: patientenverenigingen, personeel, Rabobank, schadeherstelbedrijven, ziekenhuizen, enz
- **Aebi-Schmidt**: overheden, bank, personeel, RAI, Akzo
- **Amsterdam RAI**: Amsterdam, NS, leveranciers, evenementenorganisaties
- **ARN**: ministerie, fabrikanten, BOVAG, demontagebedrijven, afvalverwerkers

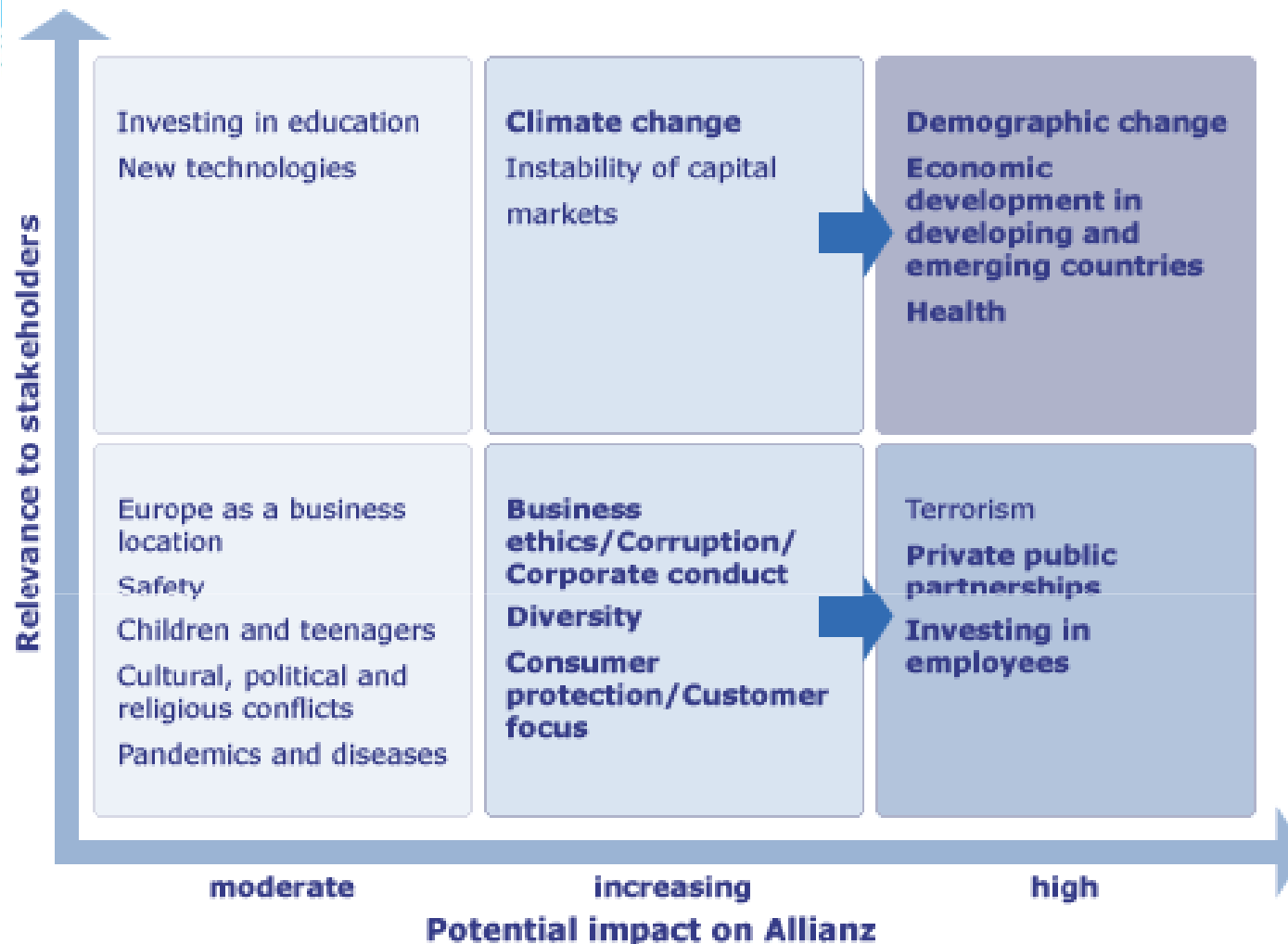
Materialiteit

Meest relevante onderwerpen op het gebied van duurzaamheid die aansluiten bij de kernwaarden en kernprocessen van de organisatie

- belang van het onderwerp voor de organisatie
- belang van het onderwerp voor de stakeholders
- de mate waarin de onderneming invloed heeft op het onderwerp

Dus niet rapporteren over alle duurzaamheidsissues!

We report on all issues in **bold**



Materialiteits-matrix

- These issues are reported on as they are highly relevant to our business and stakeholders.
- We try to respond best to stakeholder expectations, but we also see our role as raising awareness on emerging issues that have potential strategic impact on the company but may not yet be on the agenda of our stakeholders.

Materiële issues (voorbeelden)

- **Achmea**: solidariteit ('acceptatie'), vertrouwen ('kleine lettertjes'), preventie, beleggen (clusterbommen, dierenwelzijn)
- **Aebi-Schmidt**: innovatie (minder zout), veiligheid chauffeurs, brandstofverbruik, personeel (ivm seizoenen)
- **Amsterdam RAI**: energie/klimaat, mobiliteit, afval, inkoop (catering)
- **ARN**: recyclingpercentage (post shredder technologie), C2C, gevaarlijke stoffen, ontwikkeling wagenpark in NL

Aanpak



team	mvo en comm	'ambassadeurs'
issueselectie	projecten	media-analyse
stakeholders		gesprekken, RvA
input, dataverzameling	team	team, divisies
concept, GRI	BECO	BECO
definitief	directie	EB
verificatie		KPMG
publicatie	digitaal	digitaal, boekje

Niet doen...



Open deuren



Vaagheid



Afleiding



Reclame



Onevenwichtigheid



Geen bewijs



Goede voornemens

Inhoudsopgave rapport (voorbeeld)

- Voorwoord
- Standaardinformatie
 - Profiel, keten, historie, omzet, enz
- Materiële issues
 - Matrix, stakeholders
 - Aanpak, indicatoren, prestaties, doelen
- Assurance rapport
 - Extern geverifieerd, door stakeholders of zelf
- GRI-tabel

Trends in verslaglegging

- Sterkere rol stakeholders
- Beter balans tussen goed en slecht nieuws
- Duidelijker verband duurzaamheidsstrategie en bedrijfsstrategie
- Duurzaamheid integreren in kernprocessen
- Aansluiting op communicatiestrategie (branding, positionering)

Bedankt!

- Jos Reinhoudt
- BECO, winst in duurzaamheid: www.beco.nl
- reinhoudt@beco.nl
- 06 20408049

- Total Identity, www.totalidentity.nl
- Frank Kessel / Sieds de Boer