

# SUSPRO<sup>3</sup>-MID-EVENT TE KORTRIJK OP 31 MAART 2011

Bron: Fedustria nr. 11 van 18 april 2011

Het grootste project tot verduurzaming van de activiteiten van onze industriële bedrijven uit de textiel-, hout- en meubelindustrie, SUSPRO genaamd, kon op 31 maart 2011, tijdens het Mid-Event in Kinopolis Kortrijk, terugblikken op een succesvol eerste jaar. De vijf SUSPRO-werkgroepen (zie verder onder punt 5) werken uitstekend, en staan nog steeds open voor bedrijven die nu beslissen om deel te nemen.

SUSPRO<sup>3</sup> staat voor sustainable processes, products and profits en helpt de bedrijven uit de THM-sector (Textiel, Hout en Meubel) hun processen en producten te

verduurzamen door bestaande processen te optimaliseren, nieuwe technologieën te implementeren én door innovatieve materialen toe te passen.

## **1. SUSPRO<sup>3</sup> : onze bedrijven zetten massaal in op duurzaam ondernemen**

Het Mid-Event werd afgetrapt door Stijn Devaere van Centexbel die een overzicht gaf van de belangrijkste realisaties tot dusver. Vooreerst werd de doelstelling van SUSPRO<sup>3</sup> nog eens toegelicht. Met behulp van SUSPRO<sup>3</sup> willen Fedustria, Centexbel en TCHN, de THM-sectoren tegen 2015 op het vlak van duurzaam

ondernemen laten uitgroeien tot een toonaangevende industriële sector, die op internationaal niveau duurzame ontwikkeling als competitief voordeel ziet. Aan de hand van zowel collectieve als individuele begeleiding worden de bedrijven bijgestaan in het zoeken én implementeren van duurzame verbeteracties.

Op vandaag participeren al meer dan honderd bedrijven in SUSPRO<sup>3</sup>. Dit gebeurt door deelname aan de werkgroepen, waarvoor al 241 inschrijvingen werden geregistreerd. Dat duurzaam ondernemen meer en meer ingang krijgt bij de THM-bedrijven blijkt ook uit het feit dat

de deelname aan de werkgroepen constant op een hoog niveau blijft. Bovendien worden in functie van de behandelde thema's nog altijd nieuwe inschrijvingen genoteerd. Gemiddeld nemen er een dertigtal personen deel aan een werkgroep met uitschieters van veertig en meer voor de werkgroep **eco-innovatie**.

Dat de werkgroepen inspirerend werken, getuigt ook uit de interesse voor de individuele begeleiding die in het kader van SUSPRO<sup>3</sup> wordt aangeboden. Een dertigtal bedrijven hebben zich al geëngageerd om onder begeleiding van SUSPRO<sup>3</sup> verbeteracties uit te voeren. Dit engagement wordt dan ook neergeschreven in het **SUSPRO<sup>3</sup>-duurzaamheidscharter**. De thema's waarrond de bedrijven werken zijn heel uiteenlopend en reflecteren perfect het spectrum van de verschillende werkgroepen.

Stijn Devaere wees er op dat het nog altijd mogelijk is om een beroep te doen op de individuele begeleiding in het kader van SUSPRO<sup>3</sup>. Binnenkort wordt trouwens een nieuw initiatief binnen de individuele begeleiding opgestart. Deze zal betrekking hebben op de implementatie van de duurzaamheidsscorecard (zie presentatie over de duurzaamheidsbarometer hieronder).

Om de bedrijven verder wegwijs te maken in de diverse thema's die tijdens de werkgroepen behandeld worden, worden ook diverse praktijkgidsen uitgewerkt. Tijdens het Mid-Event werden de eerste praktijkgidsen kort voorgesteld. Op een overzichtelijke manier wordt een thema uitgewerkt en wordt er ook verwezen naar interessante websites en andere informatiebronnen. Deze praktijkgidsen kunnen worden beschouwd als naslagwerken die bedrijven later nog kunnen raadplegen. Om de diverse praktijkgidsen die in het kader van SUSPRO<sup>3</sup> worden opgesteld, te bundelen, wordt ook een SUSPRO<sup>3</sup>-map ter beschikking gesteld van alle deelnemers.

Vaak worden labels gebruikt om aan te tonen dat een product al dan niet duurzaam is. Labels kunnen een handig middel zijn om te communiceren over duurzaamheid, ware het niet dat er een wildgroei is ontstaan aan labels, die al dan niet geloofwaardig zijn. Om de THM-bedrijven wegwijs te maken in het bos van de labels, werd er in het kader van

SUSPRO<sup>3</sup> een **labelgids** opgemaakt die de meest relevante labels voor de THM-bedrijven op een bondige manier beschrijft. De bedoeling van deze gids is om de bedrijven op een snelle manier een idee te geven waarvoor het label staat, wat de belangrijkste criteria zijn, of het voor hen al dan niet relevant is... Waar mogelijk wordt ook een orde van grootte van de kostprijs weergegeven.

## **2. Duurzaamheidsverslaggeving... ook voor kmo's**

Dat duurzaamheidsverslaggeving niet alleen weggelegd is voor grote internationale bedrijven, bewees Halina Bletek, MVO- en personeelsverantwoordelijke van "De Duurzame Drukker".

"De Duurzame Drukker" is de gedeponeerde merknaam waarmee drukkerij Wils in Sint-Amands aan de Schelde voortaan door het leven wil, om aan klanten, leveranciers, medewerkers en andere 'stakeholders' van het bedrijf duidelijk te maken dat het hen menens is met dat maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Als gevolg van de sterke prijsconcurrentie in de drukkerijsector is drukkerij Wils zich steeds meer gaan afvragen op welke punten zij zich kunnen onderscheiden van de anderen. Hun conclusie was: 'wij doen zoveel inspanningen voor duurzaam ondernemen, laat ons dat als bedrijfsimago uitspelen, laat iedereen weten waar we mee bezig zijn.' Want wat begon met het schenken van wereldwinkelkoffie en het gebruik van milieuvriendelijke onderhoudsproducten is bij Wils uitgegroeid tot een totaalpakket van duurzame initiatieven naar mens en milieu, ontwikkeld in een open communicatie met klanten, leveranciers en medewerkers.

Halina Bletek gaf een overzicht van de diverse initiatieven die ze hadden genomen. De Duurzame Drukker streeft voortdurend naar manieren om het drukproces duurzamer te maken. 'Duurzaam' betekent voor hen de focus op ecologie én op mensen, beide zijn onlosmakelijk verbonden. Zo heeft hun keuze voor een sterk alcoholreducerend tot alcoholvrij drukproces een positief effect op het milieu en op de werkplek van hun drukkers en het hele team. Sinds 14 maart 2011 is De Duurzame Drukker een CO<sub>2</sub>-neutrale drukkerij.

De CO<sub>2</sub>-emissies van de drukkerij worden gecompenseerd door te investeren in goed afvalbeheer in Dar es Salaam. De inwoners van Dar es Salaam plukken er de vruchten van. Kinderen hebben opnieuw een veilige en gezonde speelomgeving, ongedierte krijgt minder kansen, ed.

Via hun deelname aan het UNIZO-project "MVO loont" kon drukkerij Wils zich laten begeleiden door een gespecialiseerd adviesbureau (Beco) om alle inspanningen voor duurzaam ondernemen te bundelen in een duurzaamheidsverslag volgens de strenge GRI-standaard (Global Reporting Initiative) waarmee ook multinationals hun verantwoord ondernemen laten meten.

Een minutieuze inventarisering van wat je al dan niet gedaan hebt, is een hele opgave voor een kmo, getuigt Halina Bletek. Het extra administratieve werk is niet te onderschatten: dat betekent bijvoorbeeld facturen en boekhouding uitspitten om na te gaan hoeveel procent van welke inktsoorten er gebruikt werden, hoeveel van welke papiersoorten...

Halina Bletek geeft zelf toe dat ze de opmaak van een duurzaamheidsverslag ietwat onderschat heeft. Maar ze is er blijven in geloven en is ondertussen een echte voorstander van duurzaamheidsverslaggeving geworden. Al beseft ze dat het werk nooit af is... Er moeten telkens nieuwe stappen ondernomen worden.

De getuigenis van De Duurzame Drukker toont duidelijk aan dat een duurzaam imago een troef is voor een bedrijf die rendeert. Het openlijk communiceren over hun duurzame inspanningen heeft hen nieuwe klanten opgeleverd.

Op 26 mei 2009 stelde De Duurzame Drukker als eerste kmo én eerste drukkerij in België hun eerste duurzaamheidsrapport voor. In juni 2010 volgde het tweede duurzaamheidsverslag. Het werd extern geverifieerd door Price Waterhouse Coopers. Het derde verslag werd in primeur voorgesteld op het Mid-Event van SUSPRO<sup>3</sup>!

## **3. Duurzaamheidsbarometer : kwantitatief meetinstrument voor het meten en versterken van uw MVO-beleid**

Het opstellen van een duurzaamheidsscorecard en het begeleiden van de bedrijven bij de implementatie ervan is één van de

actiepunten van SUSPRO<sup>3</sup>. Na het screenen van verschillende scorecards werd uiteindelijk gekozen voor de duurzaamheidsbarometer die Beco heeft ontwikkeld voor het Interreg-project **duurzaam = gewoon doen**. MVO staat voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

Vermits de duurzaamheidsbarometer in nauw overleg met het SUSPRO<sup>3</sup>-team werd getest, houdt deze dan ook rekening met de specificiteit van productiebedrijven zoals de textiel-, hout- en meubelbedrijven. Anouk Van de Meulebroecke van Beco stelt de duurzaamheidsbarometer uitgebreid voor.

De duurzaamheidsbarometer is een meetinstrument om het bedrijfsbeleid rond duurzaam ondernemen te versterken en een duurzaamheidsstrategie te ontwikkelen. De duurzaamheidsbarometer heeft een tweevoudige doelstelling: het **bedrijfsbeleid** rond duurzaam ondernemen en de impact van **concrete maatregelen** meten en opvolgen enerzijds en bruikbare formats genereren om er zowel intern als extern over te **communiceren** anderzijds.

Met de **duurzaamheidsbarometer** worden duurzaamheidsparameters binnen een bedrijf geregistreerd en opgevolgd. De duurzaamheidsbarometer laat toe om indicatoren over duurzaam ondernemen te berekenen en te monitoren. Na afloop van de analyse geven grafieken en een boordtabel een handig overzicht over de prestaties en hun voortgang. Dit laat de ondernemer toe om de sterktes en zwaktes over duurzaam ondernemen in kaart te brengen en **verbeteracties** te formuleren.

Een bedrijf kan meerdere barometers aanmaken. Een barometer bestaat uit een evenwichtige keuze uit een ruim aanbod van indicatoren die horizontaal bij de duurzaamheidsdimensies People, Planet en Profit horen en verticaal de opdelingen volgen van de Balanced Scorecard: 'Financieel', 'Interne Processen', 'Klanten en stakeholders' en 'leren en verbeteren'. Bij de voorgestelde indicatoren kan het bedrijf zelf de eenheid van de productievariabelen kiezen. Na de selectie van de gewenste indicatoren vult men de bijhorende meetwaarden in. Daarna kan via de barometer een rapportage gegenereerd worden in cijfers, grafieken of beide.

Dit rapport laat uiteindelijk een evolutie zien over de tijdsintervallen (jaren) heen. De duurzaamheidsbarometer biedt aldus de mogelijkheid om de duurzaamheidsprestaties van een bedrijf naar de buitenwereld te brengen. Dit kan onder de vorm van een duurzaamheidsrapportering.

#### 4. Invloed duurzaamheidsaspecten op koopgedrag van de consument

REcentre - een kennis- en promotiecentrum voor duurzaam design in de Euregio Maas-Rijn - heeft een groot marktonderzoek uitgevoerd naar het belang van duurzaamheid en duurzaam design bij consumenten in de Euregio Maas-Rijn. Doel van het onderzoek is om bedrijven en designers meer inzicht te geven op welke manier het gebruik van duurzaam design de verkoop van ecologische producten kan stimuleren. In september 2010 werden twee doelgroepen van consumenten uit Hasselt en Maastricht bevestigd over interieurproducten, meubelen en tuintoebehoren. Daarnaast werd aan de hand van een enquête een steekproef afgenomen van een duizendtal consumenten uit de Euregio Maas-Rijn.

Marc Van den Broeck van REcentre presenteerde de bevindingen van deze studie die in samenwerking met C-Change en Burat werden uitgevoerd. Uit de resultaten blijkt dat voornamelijk 50-plussers al dan niet met lagere inkomens voorlopers zijn als het gaat om aandacht voor duurzaam design. Duurzaamheid is dus niet langer een hype of een nichegebeuren.

Uit de bevraging bleek ook duidelijk dat de consumenten duurzaam(heid) ruimer zien dan louter "vriendelijk voor het milieu". Duurzaamheid wordt gezien als respect... respect voor het milieu, respect voor de werkomstandigheden en vooral... respect voor de consument. Belangrijke aandachtspunten hierbij zijn pragmatische productkenmerken zoals de mogelijkheid om het product te herstellen, een betere dienstverlening... en geloofwaardigheid! Duurzaam design wordt door de consument in hoofdzaak gezien als "ontworpen om langer mee te gaan".

Als belangrijke conclusie uit de studie kwam naar voor dat de consument bereid is meer te betalen voor duurzame producten. Op de vraag hoeveel meer, gaf de studie

vooral nog geen antwoord. Om hierin inzicht te krijgen is verder onderzoek nodig.

#### 5. De vijf SUSPRO-werkgroepen

Werkgroep Milieu  
Dirk Weydts  
e-mail:dw@centexbel.be

Werkgroep Energie  
Frank Van Overmeire  
e-mail:fvo@centexbel.be

Werkgroep Afval  
Piet Vanthourhout  
e-mail:piet.vanthourhout@fedustria.be

Werkgroep Eco-innovatie  
Dorothy Mingneau  
e-mail:dorothy.mingneau@fedustria.be

Werkgroep Ketenbeheer  
Kurt De Proft  
e-mail:kurt.deproft@ctib-tchn.be

#### 6. Duurzaamheidsfilosofie in verpakking!

Het Mid-Event werd afgesloten met een praktijkgetuigenis van Luc Ledegen die de duurzaamheidsfilosofie bij VPK Packaging Group toelichtte. VPK Packaging Group is een West-Europese verpakkingsgroep met vestigingen in twaalf landen. Zij ontwikkelen en produceren innovatieve, beschermende en logistieke verpakkingen, en maken daarbij maximaal gebruik van gerecycleerde vezels. VPK Packaging Group beheert de hele ketting van gerecupereerd papier, via recyclage en productie, tot hoogwaardige bedrukte transportverpakkingen. De handel en distributie naar gespecialiseerde niches is de laatste schakel in deze integratie.

Het lokaal ingezamelde gerecupereerde papier wordt in de eigen papierfabrieken verwerkt tot nieuw papier, dat op zijn beurt als grondstof dient voor verpakkingen als golfkarton, massief karton, huizen, kokers en hoekprofielen. Er wordt daarbij maximaal rekening gehouden met de strengste specificaties van hun klanten waarbij dan ook onvoorwaardelijk kan worden gesproken van hoogwaardige, servicegerichte producten. Afval (gerecupereerd papier) wordt grondstof (papier) en van papier maakt VPK Packaging waardevolle verpakkingen met een hoge dienstverlenende functie.

VPK Packaging Group heeft als missie "to recycle & to protect". Jaarlijks wordt niet minder dan 500'000 ton

oud papier gerecycleerd en gebruikt als grondstof in hun productieproces. Het residu van deze recyclageactiviteit (8'000 ton/jaar) wordt bijkomend gevaloriseerd door het brandbaar gedeelte te gebruiken als brandstof om groene energie op te wekken. Dit alles gebeurt op een maatschappelijk verantwoorde manier door rekening te houden met de bekommernissen van alle stakeholders, gaande van de klant aandeelhouders, werknemers tot de nabije omgeving (omwonenden).

De focus "to protect" situeert zich op diverse niveaus. Enerzijds worden efficiënte en aantrekkelijke verpakkingen ontworpen en geproduceerd op basis van gerecycleerd papier. Verpakkingen die de goederen van de klanten moeten beschermen. De ontwikkelingen gebeuren in partnership met de klanten.

Ook het milieu wordt beschermd. Want lichter papier impliceert minder papier waardoor minder verpakkingsafval ontstaat. Bovendien is VPK Packaging Group voortdurend op zoek naar mogelijkheden om het energieverbruik te verminderen. Ook het verminderen van het gebruik van proceswater alsmede een efficiënte waterzuivering zijn top issues. Tevens wordt er gestreefd om continu beter te doen dan de wettelijk toegelaten normen.

De heer Ledegen wees er ook op dat duurzaamheid geenszins nog een hype is. Meer en meer krijgen zij vragen van hun klanten om aan te tonen dat ze duurzaam ondernemen. Dit was ook één van de redenen waarom VPK Packaging Group een charter maatschappelijk verantwoord ondernemen hebben onderschreven.

"Het is geen 'nice to have' meer, maar wel degelijk een 'need to have', zo besloot de heer Ledegen.

### **N.B. Lancering van een SUSPRO-website**

Stijn Devaere (Centexbel) besloot zijn voordracht met de officiële lancering van de SUSPRO<sup>3</sup>-website : [www.suspro.be](http://www.suspro.be). Op deze website die zowel een publiek gedeelte als een beschermd gedeelte heeft, worden alle documenten, prestaties van de werkgroepen, praktijkgidsen gepubliceerd. Iedere deelnemer van SUSPRO<sup>3</sup> zal een eigen login en paswoord ontvangen waarmee ook het afgeschermd gedeelte geraadpleegd kan worden.

Voor meer informatie:

[stijn.devaere@centexbel.be](mailto:stijn.devaere@centexbel.be)