

susanova.

sustainable business, better business

EDITIE 4 | DECEMBER 2018



**DE SDG'S:
HOEVER STAAN
WE IN BELGIË?**

CIFAL FLANDERS COACHT VLAANDEREN IN DUURZAAM MANAGEMENT



Heel ons businessmodel moet anders”

De duurzame ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties vertalen naar ondernemingen, universiteiten, organisaties, overheden, vakbonden en burgers. Dat doet CIFAL Flanders nu al vijf jaar met succes. Via opleidingen proberen ze vooral de mindset te veranderen: van losse acties naar een volledig duurzame strategie voor de hele organisatie of onderneming.

CIFAL Flanders is een van de zeventien opleidingscentra van het CIFAL Global Network, een onderdeel van het United Nations Institute for Training and Research (UNITAR). De focus van het netwerk: duurzame ontwikkeling stimuleren via innovatieve training aan politici, overheden en leidinggevendenden in de samenleving. De Vlaamse tak gaf de voorbije vijf jaar intensieve oplei-



V

CIFAL Flanders bestond dit jaar vijf jaar. Tijdens de lustrumviering in het Vlaams Parlement ontvingen 21 trainingspartners een UNITAR-certificaat omdat ze een opleidingstraject van minstens één jaar hadden voltooid.

dingen aan 163 organisaties en bedrijven – waaronder Colruyt, de UA Antwerpen en de Vlaamse overheid – en bereikte daarmee meer dan 12.600 mensen. “Sinds de VN in september 2015 de Agenda 2030 voor Duurzame Ontwikkeling uitbracht, waarin ze de SDG’s introduceert, zitten onze opleidingen in een stroomversnelling”, vertelt directeur Peter Wollaert.

Het Voka Charter Duurzaam Ondernemen, iets voor u?

Sinds 2017 biedt werkgeversorganisatie Voka met het Charter Duurzaam Ondernemen bedrijven een springplank om SDG’s te implementeren.

Voka goot samen met CIFAL Flanders de doelstellingen van de Agenda 2030 in een aangepast kader voor bedrijven. Wie zich kandidaat stelt en op basis van dat kader een actieplan succesvol voltooit, krijgt na een jaar het Voka Charter Duurzaam Ondernemen uitgereikt. Bedrijven gaan aan de slag met een checklist die ze in overleg met Voka opstellen en

waarin ze opsommen welke acties ze op touw kunnen zetten voor een duurzamer beleid. Toetssteen zijn de vijf P’s en de zeventien SDG’s. De uiteindelijke evaluatie gebeurt door een onafhankelijke commissie. Met het charter mikt Voka op beter bedrijfsbeleid in Vlaanderen, met aandacht voor zowel milieu, welzijn als sociale aspecten.

www.voka.be/vcdo

“De VN-verklaring rond de duurzame ontwikkelingsdoelen is geschreven voor beleidsmakers en nationale overheden. Maar hoe gebruik je die tekst als profit- of non-profitorganisatie of individuele burger? Daarvoor moet een vertaalslag gebeuren.” Dat doet CIFAL via open opleidingen of op vraag van bedrijven of organisaties op de werkvloer zelf. Samen met Voka vertaalden ze de zeventien SDG’s ook naar praktijkgerichte doelstellingen voor ondernemers in het Voka Charter Duurzaam Ondernemen (VCDO). “Het grote voordeel van het VCDO is dat het een procesbenadering is, met externe ondersteuning en jurering. Het is een stappenplan van drie jaar waarbij externe experts bedrijven coachen tijdens het opstellen en uitvoeren van een actieplan en vervolgens de genomen maatregelen verifiëren. Door de begeleiding vanuit Voka sta je er als bedrijf niet alleen voor. Intussen heeft Voka

ook een SDG Roadmap gelanceerd met tips om een actieplan op te starten.”

Visie op ondernemerschap

“Duurzame ontwikkeling is een integrale benadering, een visie op het geheel van de bedrijfsvoering”, beklemtoont Wollaert. “Het is geen aparte koers naast de bedrijfsstrategie, maar juist een manier om naar die bedrijfsstrategie te kijken.” Als vertrekpunt neemt CIFAL stevast de Agenda 2030, de VN-resolutie van september 2015. “Op de visie van de Agenda en de bredere filosofie van de SDG’s leggen we bewust de nadruk. Op die manier willen we bereiken dat mensen, bedrijven en organisaties niet enkel duurzame acties ondernemen, maar ook anders gaan denken. Het gaat niet meer alleen over *thinking outside the box*, maar over *rethinking the box*.” >

“In feite moeten we van duurzaamheidsmanagement naar duurzaam management: nadenken over nieuwe businessmodellen, productiesystemen, de rol van de consument daarin enzovoort. Op dat vlak is de Agenda 2030 ook een belangrijke inspiratiebron. Het document gaat niet alleen over de verantwoordelijkheid die je moet nemen, maar ook over de mogelijke businesscases die je vanuit je expertise kan aanboren. Je moet je als bedrijf de vraag stellen wat de grootst mogelijke impact is die je op het vlak van duurzaamheid kan genereren.”

Kritische blik

De workshops van CIFAL variëren van interne, intensieve sessies op maat tot open opleidingstrajecten die tot drie jaar kunnen duren. Tijdens elke opleiding komen verschillende oefeningen aan bod. Wollaert: “We willen deelnemers vooral

aan introspectie laten doen, om hun klassieke visie op duurzaamheid te laten varen en op termijn het holistische te zien, de bredere verbanden. Dat klinkt misschien zweverig, maar we maken dat heel concreet. Zo zijn simpele perspectiefoefeningen al heel leerrijk. We vragen organisaties en bedrijven bijvoorbeeld om producten of diensten te bekijken vanuit het perspectief van 80-plussers of de schaarste van natuurlijke rijkdommen. Zijn ze, vanuit dat perspectief, nog altijd een maatschappelijk verantwoorde onderneming?”

Ook de ideeën en de specifieke acties die bedrijven rond duur-

zaamheid ondernemen worden afgetoetst, om af te stappen van “onwrikbare overtuigingen”. “We bekijken initiatieven die als duurzaam worden gezien kritisch vanuit de Agenda 2030. Dat doen we aan de hand van de vijf P’s: *planet, people, prosperity, peace* en *partnership* (zie kader). Dat zijn principiële fundamenten om duurzame ontwikkeling te definiëren. Ze worden concreet gemaakt in de SDG’s.”

“Aan de vijf P’s kan je alle initiatieven, pilootprojecten, bestaande producten en diensten aftoetsen. Zo kom je tot genuanceerde, vaak verrassende inzichten. Een typerend voorbeeld zijn >



We moeten van duurzaamheidsmanagement naar duurzaam management: nadenken over nieuwe businessmodellen, productiesystemen, de rol van de consument daarin ...”

Peter Wollaert
(CIFAL Flanders)



De vijf P's van duurzame ontwikkeling

Toets de duurzaamheid van je product, dienst, initiatief of project aan de hand van de vijf P's: planet, people, prosperity, peace en partnership.

PLANET: draagt je product, dienst, initiatief of project bij tot de bescherming van het milieu? Is het ecologisch verantwoord? Houdt het rekening met de eindigheid van de natuurlijke rijkdommen?

PEOPLE: draagt het bij tot sociale rechtvaardigheid? Helpt het een einde te maken aan armoede? Bereikt het de zwaksten in de samenleving? Versterkt het de waardigheid van mensen?

PROSPERITY: draagt het bij tot economische vooruitgang? Wordt er gebruik gemaakt van toekomstbestendige technologie? Is de financiering ethisch verantwoord?

PEACE: draagt het bij tot het verminderen van conflict, geweld, angst, misbruik en sterfte? Versterkt het rechtvaardigheid en efficiënt, transparant en goed bestuur?

PARTNERSHIP: draagt het bij tot mondiale solidariteit, met focus op de basisbehoeften van de armsten? Versterkt het lokale en internationale samenwerking en participatie?





Via oefeningen laten we deelnemers enerzijds onderzoeken welke interne aanpassingen nodig zijn om duurzaamheid te integreren en anderzijds hoe ze maatschappelijke verandering teweeg kunnen brengen”

Peter Wollaert
(CIFAL Flanders)

zonnepanelen. Veel particulieren en bedrijven investeren erin vanuit de overtuiging dat zonnepanelen onvoorwaardelijk duurzaam zijn. Toets je ze af aan de vijf P's, dan krijg je een ander beeld. Als je denkt aan het afval dat ze genereren, is het hele concept plots heel wat minder duurzaam. Wat gaan we doen met de eerste generatie zonnepanelen die bijna aan het einde van hun levensduur zijn? Hetzelfde met windmolens: hoe gaan we die recyclen? En zo kom je altijd weer uit bij de circulaire economie. Er zou geen enkel product meer op de markt mogen komen zonder dat vooraf is nagedacht over hoe dat product na gebruik of defect een tweede leven kan krijgen.”

Blijf ambitieus

In een laatste soort oefeningen kijkt CIFAL naar het ambitieniveau van bedrijven en organisaties, op vijf verschillende

niveaus. “Een bedrijf moet om te beginnen aan ‘informatieverstrekking’ doen ten opzichte van zijn personeel en een draagvlak opbouwen. Wil je werknemers vaker met de fiets laten komen, leg dan uit welke visie daarachter schuilt en pols naar wat mogelijk is. Leg niet zomaar iets op. Op die taak sluiten de ‘ad-hocacties’ aan (niveau twee): initiatieven die bedrijven snel kunnen uitvoeren zonder dat het meteen veel geld, expertise of tijd kost. Recycleren als je dat nog niet deed, fietsenstallingen installeren, een vegetarische maaltijd aanbieden ...”

“Op het derde niveau bekijken we of er een link is met de ‘strategie’: zit duurzaamheid in het businessplan? Als een bedrijf energieneutraal wil worden, staan daar dan investeringen tegenover? Is er een looptijd ingesteld? Duurzaamheid moet op een strategisch niveau bewaakt worden, op directieni-



veau zelfs. Veel bedrijven blijven qua ambitie op niveau twee steken.”

“Niveau vier is ‘transformatie’. Het gaat om intern verandingsmanagement: wat moet er binnen een bedrijf of organisatie veranderen om duurzaamheid te kunnen integreren? Nieuwe profielen aanwerven bijvoorbeeld, of een taskforce rond duurzaamheid samenstellen. Het laatste niveau is ‘transitie’: hoe kan je maatschappelijke verandering teweegbrengen? Hoe word je een gamechanger binnen je sector? We laten onze



trainingspartners onderzoeken hoe ze het voortouw kunnen nemen in een bepaald verduurzamingstraject, bijvoorbeeld rond dierenwelzijn, en de rest van hun sector mee kunnen krijgen.”

“Als bedrijven die mindset te pakken hebben, proberen we de lat nogmaals te verleggen, door ook mensenrechten te betrekken bij hun duurzaamheidsbeleid. De onderneming beslist zelf welke mensenrechten ze wil promoten. Ze moet dat niet alleen doen vanuit een negatief uitgangspunt – bijvoorbeeld kinderarbeid

aanpakken – maar ook vanuit het positieve – mensenrechten promoten als ambassadeur en zorgen dat al je partners, leveranciers en andere partijen weten waar het om gaat.”

De P van pleasure

CIFAL Flanders beklemtoont sterk de urgentie en het ambitieniveau van de Agenda 2030, maar probeert tegelijk mensen niet te ontmoedigen. Wollaert: “Deelnemers mogen na de workshop niet naar huis gaan met het gevoel dat ze de doelen nooit zullen halen. Naast de moeilijke thema’s moet er ook

ruimte zijn voor laaghangend fruit, leuke initiatieven die mensen meeslepen en makkelijk uit te voeren zijn. Daarom geven we onze trainingspartners altijd mee om ook de P van *pleasure* niet te vergeten. De Agenda 2030 is een diplomatentekst. Woorden als passie, goesting en plezier ontbreken. Maar het is belangrijk dat bedrijven hun inspanningen leuk blijven vinden. Wat motiveert, inspireert of passioneert hen? Anders gezegd: we proberen die Agenda 2030 vlees en bloed te geven.” ●

COLOFON

Redactie, concept en realisatie:

Pantarein Publishing

Uitgever en hoofdredacteur:

Katelijne Norga

Redactiecoördinatie:

Inès Aoun

Vormgeving:

Rein De Block

Eindredactie:

Lien Moris

Adverteren en partnerships:

Pascale Martello, 0495 66 13 72

Abonnementen:

Veronique Smits,
0472 29 18 98

Druk:

artoos group

Contact:

Pantarein Publishing

Martelarenlaan 9

3150 Haacht

Tel.: 016 60 11 17

E-mail: redactie@susanova.be

Werken mee aan dit nummer:

Els Depauw, Fran Herpelinck, Stefanie Holvoet, Bart Vancauwenberghe, Ellen Vervoort

Beeld cover:

Pantarein Publishing

Fotografie binnenwerk:

Jason Alden, Antwerp Management School, Nathalie Bekx, Brussels Airport, Pieter Clicheur, Ivan De Cuyper, Stefan Dewickere, Olivia Droeshaut & Yves Dethier, Elia, Bob Elsen, FOTOVDB.COM, Michiel Hendryckx, ID/photo agency (Katrijn Van Giel), Indaver, OVAM, Stürmer Foto, Sustenuto, The Shift, Christof Van Ackere, Bart Van Leuven, VDAB, Willy Verbeke

Illustraties SDG's:

United Nations

De meningen die derden in dit magazine vertolken, vallen buiten de verantwoordelijkheid van Susanova. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd of openbaar worden gemaakt zonder toestemming van Susanova.



Dit magazine maakt deel uit van het multimediale nieuwsplatform Susanova.

Meer info over een abonnement:
www.susanova.be/abonneren

PARTNERS VAN SUSANOVA

Susanova is het mediaplatform over duurzaam ondernemen en innoveren in Vlaanderen. Met nieuws, voorbeeldverhalen, innovaties en inspirerende inzichten maken wij de positieve businesscase van duurzaamheid concreet.

Zo helpen we bedrijven om te profiteren van de nieuwe kansen die duurzaam ondernemen biedt en de verandering naar de economie van de toekomst mee te creëren. Dat doen we vanuit de overtuiging dat inspiratie en heldere communicatie onmisbaar zijn om de duurzame economie waar te maken. Zo werkt Susanova mee aan een wereld die morgen beter is dan vandaag.

Om dat te realiseren werken we samen met partners. Dat zijn ondernemingen en organisaties die werken vanuit een duidelijke visie op duurzaam ondernemen of die met hun duurzame prestaties anderen inspireren. Ook in onze commerciële activiteiten willen we geloofwaardig zijn. Daarom brengen we alleen content over onze partners als die ook relevant is voor onze lezers.



ADVERTEREN? PARTNER VAN SUSANOVA WORDEN?

Neem contact op via:
pascale.martello@pantarein.be
tel. 0495 66 13 72