



Giving Europe BV en ISO 26000:2010: Maatschappelijke Verantwoordelijkheid van Organisaties Versie 3 juni, 2016

De laatste jaren groeit de aandacht voor MVO, de maatschappelijke verantwoordelijkheid van organisaties, ook wel ‘maatschappelijk verantwoord ondernemen’ genoemd. Het is een onderwerp waar Giving Europe grote waarde aan hecht. Giving Europe past hierbij de internationale norm ISO 26000:2010 toe, welke in juli en augustus 2015 is onderzocht en getoetst aan de hand van de praktijkrichtlijn NPR 9026-CI:2012.

Naast ISO 26000:2010 hanteert Giving Europe een groot aantal andere kwaliteits- en maatschappelijke normen zoals de SA 8000 norm in de productielanden en, in Nederland, de PPP Code of Conduct. De ISO 26000:2010 norm vormt echter vanaf medio 2015 de ruggengraat van het MVO-beleid van Giving Europe.

Wat betekent ISO 26000 voor Giving Europe en haar zakelijke relaties?

ISO 26000 is een internationale ISO-norm op basis waarvan organisaties en bedrijven kunnen aangeven én aantonen dat zij zich bewust zijn van de verschillende facetten van maatschappelijk verantwoord ondernemen en de daarbij behorende acties daadwerkelijk uitvoeren. Giving Europe is voor zover bekend een van de eerste distributeurs van relatiegeschenken en promotionele producten ter wereld die volgens de principes van ISO 26000:2010 werkt. In veel andere branches is ISO 26000:2010 inmiddels een vertrouwde norm.

Werken volgens deze ISO-norm betekent dat Giving Europe zich bewust is van een aantal maatschappelijke kernthema's en actief en op verantwoorde wijze omgaat met deze thema's, al dan niet in overleg resp. samenwerking met haar toeleveranciers en afnemers. Op deze wijze dragen alle betrokkenen hun steentje bij aan een betere wereld. Een wereld waarin drie P's een belangrijke en gelijkwaardige rol spelen: People, Planet en Profit.

MVO kernthema's

Los van de organisatiestructuur van Giving Europe die zodanig is ingericht dat het gehele bedrijf betrokken wordt bij het MVO-beleid, onderscheidt ISO 26000:2010 een zestal kernthema's.

1-Mensenrechten

Bij dit thema gaat het om veilige werkomstandigheden, het openstaan voor klachten van medewerkers, het verschaffen van gelijke kansen voor iedereen, ongeacht afkomst, ras, sexe, geloof of seksuele geaardheid, het toestaan van burger- en politieke rechten, de fundamentele arbeidsrechten (zoals het uitbannen van gedwongen arbeid of kinderarbeid, etc). Zaken die in Europa en zeker in Nederland goed zijn geregeld, maar waar het nogal eens aan schort in landen in Azië. Juist in die landen worden veel artikelen geproduceerd die door Giving Europe worden aangeboden. Om die reden stelt het bedrijf zeer strenge eisen aan haar toeleveranciers. Toetsing ter plaatse vindt in opdracht van Giving Europe plaats bij de suppliers waarbij wordt ingekocht. Het gaat hierbij om SA 8000 audits die o.a. door Asian Inspection en CTI worden gehouden. Via haar BSCI-lidmaatschap kan de organisatie ook kennis nemen van SA 8000 audits die andere BSCI-leden bij voor Giving Europe nieuwe toeleveranciers hebben gehouden.

De SA 8000 norm is o.a. voor controle op de naleving van mensenrechten ontwikkeld. Besloten is dat alle toeleveranciers van Giving Europe die buiten Europa zijn gevestigd, uiterlijk in 2019 SA 8000 gecertificeerd moeten zijn. Eind 2017 zal meer dan 75% van de toeleveranciers SA 8000 gecertificeerd zijn.

Een belangrijk middel om de naleving van mensenrechten in landen als China en India te bevorderen is het betalen van realistische inkooprijzen. Giving Europe is een van de grootste



relatiegeschenkenleveranciers in Nederland, alwaar het hoofdkantoor gevestigd is, en kan door haar inkoopvolume werken met scherpe prijzen. In alle gevallen zijn deze prijzen gebaseerd op realistische inkooprijzen, dat wil zeggen inkooprijzen die de toeleveranciers in staat stellen om conform de eisen van ISO 26000:2010 om te gaan met hun personeel, zowel sociaal als financieel.

2-Arbeidspraktijk

Maatschappelijk gezien worden vele eisen gesteld aan de arbeidspraktijk. Die praktijk kan per land verschillen. Giving Europe zorgt voor een goede omgang met haar personeel, hanteert goede arbeidsvoorwaarden, laat functies toetsen, zorgt voor goede en veilige werkomstandigheden, kent goede pensioenvoorzieningen terwijl haar medewerk(st)ers gebruik kunnen maken van een uitgebalanceerd pakket opleidingen en trainingen.

Van haar toeleveranciers verlangt Giving Europe ook een dergelijk beleid. Zij kan hier enige druk op uitoefenen door te kiezen voor toeleveranciers in landen als China en India die zich hebben laten auditen voor de hiervoor besproken norm SA 8000.

3-Milieu

Het onderwerp 'milieu' heeft twee dimensies. Ten eerste de wijze waarop Giving Europe in haar eigen vestigingen met het milieu omgaat. Ten tweede gaat het om de milieuaspecten die verbonden zijn aan de door haar verkochte producten.

In haar bedrijfsvoering stimuleert Giving Europe maatregelen die er voor zorgen dat de belasting van het milieu zo laag mogelijk wordt. Per m² bedrijfsoppervlakte is inmiddels het energiegebruik lager dan in vergelijkbare ondernemingen. Voortdurend wordt gezocht naar manieren om producten milieuvriendelijk te verpakken en te distribueren. Zo is gekozen voor afbreekbare luchtzakken die bij het verpakken van de producten gebruikt worden en voor pallets die, als ze buiten gebruik worden gesteld, door de leverancier weer gerecycled worden. In dit verband wordt o.a. ook gebruik gemaakt van de 'groene oplossingen' van onder andere vervoerders en schoonmaakbedrijven. De verlichting is energiezuinig en schakelingen zijn daglichtafhankelijk gemaakt. Daarnaast heeft het volledige wagenpark een energielabel A – B.

Giving Europe realiseert zich dat een deel van de door haar aangeboden producten nog niet als milieuvriendelijk valt te kwalificeren. Dit heeft te maken met het karakter van het bedrijf: het is een handelsbedrijf dat vraag en aanbod bij elkaar brengt. Opdrachtgevers letten daarbij niet altijd op milieuaspecten.

Andere producten binnen het assortiment zijn wel in meerdere of mindere mate milieuvriendelijk. Soms door de productiemethode, soms doordat ze extra lang meegaan, soms door het materiaalgebruik. Giving Europe realiseert zich dat deze milieuaspecten tot dusverre te weinig gecommuniceerd zijn. Er zal in de komende tijd extra aandacht aan dit onderwerp besteed worden, waarbij nu begonnen is met een milieuclassificatiesysteem dat op de website vermeld wordt.

Wat catalogi betreft, Giving Europe stimuleert het gebruik van de website als informatiebron voor de door haar aangeboden producten. Een deel van de afnemers hecht echter nog steeds aan de gedrukte catalogus. Deze wordt zo milieuvriendelijk mogelijk geproduceerd (fsc-papier, klein formaat).

4-Eerlijk zakendoen

Transparantie is het kernwoord bij de wijze waarop Giving Europe zaken wil doen met haar toeleveranciers en afnemers. Duidelijkheid over prijzen, geen verborgen voorwaarden, een ruimhartig recall-beleid en een zeer streng anti-corruptiebeleid dat geldt voor alle landen waar zaken worden gedaan. Er worden geen geschenken met een waarde van meer dan €100,- aan derden aangeboden en medewerkers is het ook niet toegestaan dergelijke geschenken te accepteren. Soms zijn uitzonderingen mogelijk: in sommige culturen kan iemand in verlegenheid worden gebracht als een aangeboden geschenk geweigerd wordt. In die gevallen kan van deze regel worden afgeweken, uitsluitend na overleg



met de directie. Dat geldt ook in die gevallen waarin zakelijke reizen worden aangeboden. Giving Europe verwacht van haar relaties dat zij geen ontoelaatbare geschenken of diensten aan haar medewerkers aanbieden.

Giving Europe opereert in een branche waarin veel aanbieders actief zijn. Ten opzichte van haar concurrenten wordt een scherpe koers gevaren waarbij Giving Europe als een van de grootste marktpartijen prijsvoordelen kan behalen vanuit haar grote inkoopvolume. Maar altijd zal daarbij sprake zijn van eerlijke handelspraktijken.

Giving Europe respecteert bij haar productbeleid de eigendoms- en auteursrechten van derden.

5-Consumentenaangelegenheden

Als supplier van relatiegeschenken en promotionele producten doet Giving Europe zaken met distributeurs (die op hun beurt weer leveren aan eindverbruikers/bedrijven) en niet met de finale consument. Giving Europe acht zich uiteraard wel verantwoordelijk voor de productveiligheid van haar artikelen. Alle producten die van buiten de EU worden geïmporteerd zijn voorzien van ede noodzakelijke certificaten waaronder de Europese CE certificaten , waarmee de productveiligheid wordt gegarandeerd.

Zoals eerder aangegeven is sprake van een ruimhartig recall-beleid als sprake is van fouten in de geleverde producten.

Giving Europe informeert haar afnemers over de kenmerken en de aandachtspunten met betrekking tot de door haar geleverde producten, bijvoorbeeld via gebruiksaanwijzingen. De afnemers kunnen die informatie doorspelen aan de eindconsument.

6-Betrokkenheid bij de gemeenschap

Giving Europe acht zich zeer betrokken bij de lokale gemeenschap rond haar vestigingen. Dit uit zich in een gestructureerd beleid met betrekking tot financiële sponsoring en productsponsoring, naast regelmatige financiële bijdragen aan acties van goede doelenorganisaties.

Het bedrijf doet dit omdat het vindt dat het op dit gebied, zoals elk ander bedrijf, een maatschappelijke verantwoordelijkheid heeft. Het gaat jaarlijks om substantiële bedragen.

ISO 26000:2010: communicatie

Giving Europe houdt haar medewerkers voortdurend op de hoogte van de vorderingen die inzake de uit deze norm voortvloeiende doelstellingen gemaakt zijn en betreft de medewerkers maar ook haar zakelijke relaties daar zoveel mogelijk bij.

Het plaatsen van dit –zeer ingekorte- ISO 26000:2010 document op haar website is hier een voorbeeld van. Periodiek zal op de website verslag worden gedaan van de gerealiseerde prestaties.

Meer weten over ISO 26000:2010 en Giving Europe? Of interesse in het complete ISO 26000 document van Giving Europe? Neemt u dan contact met ons op!