

Sylvaphane Groep

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

*Basis zelfverklaring volgens ISO 26000
Oktober, 2019*



NEN
ISO 26000 | MVO
ZELFVERKLARING

Partner van



Voorwoord

Het doel van deze zelfverklaring is om op basis van ISO 26000 te laten zien wat wij, Sylvaphane, allemaal doen aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). ISO 26000 is een internationale norm en is bedoeld om organisaties en bedrijven wereldwijd te ondersteunen bij de in- & uitvoering van MVO. Het is geen certificeerbaar managementsysteem in tegenstelling tot bijvoorbeeld ISO 9001:2015; het betreft een richtlijn.

Bedrijven die op een maatschappelijk verantwoorde manier opereren, streven niet alleen naar winst (profit), maar stellen daarnaast ook mens (people) en leefomgeving (planet) centraal. Sylvaphane is bewust bezig met haar activiteiten en de impact op mens, milieu en maatschappij in de overtuiging dat dit belangrijk is. MVO is bij Sylvaphane verankert in de bedrijfsprocessen, gedragingen en keuzes van onze organisatie.

ISO 26000 heeft als uitgangspunt dat een organisatie samen met haar stakeholders (o.a. leveranciers en klanten) bekijkt met welke maatschappelijke thema's zij aan de slag gaat.

Onze organisatie, de Sylvaphane Groep is gespecialiseerd in het maken en leveren van folies voor het verpakken van levensmiddelen. De Sylvaphane Group B.V. bestaat uit dochterondernemingen, Sylvaphane Plastics B.V., Sylvaphane Holland B.V., Van Bokkum Verpakkingen B.V. en gelieerde maatschappijen Sylvaphane Vastgoed B.V. en Euroflex Printing Holland B.V.. Elke onderneming kent binnen het brede spectrum van verpakkingsoplossingen haar eigen specialisatie.

Kwaliteit en ons MVO-beleid staan bij onze organisatie en onze medewerkers hoog in het vaandel. De Sylvaphane Groep is ISO 9001:2015 en BRC Packaging & Packaging Materials gecertificeerd. Dit zijn voor onze organisatie waardevolle kwaliteitscertificaten. Echter bieden deze certificaten onvoldoende invulling op het leveren van een maatschappelijke bijdrage.

MVO is een thema binnen de Sylvaphane Groep, dit is duidelijk terug te zien op de manier waarop de kern van de bedrijfsactiviteiten zijn ingericht zoals de samenstelling van het personeel en de continue aandacht voor mens en milieu.

De verpakking neemt bij elk product een belangrijke plaats in. Verpakkingen van de Sylvaphane Groep stimuleren de verkoop, maar daarnaast houdt het voedsel langer vers en zorgt het voor bescherming van de inhoud tegen invloeden van buitenaf (duurzaamheid).

Sylvaphane blijft voortdurend opzoek naar nieuwe en betere verpakkingstoepassingen. Daarbij denken wij altijd in oplossingen. Om welke toepassing het ook gaat, drie zaken staan bij ons altijd centraal: kwaliteit, flexibiliteit en service. In de kern draait het om de relatie met onze stakeholders.

In de praktijk blijkt dat bij besluitvorming binnen onze organisatie het MVO-perspectief een zwaarwichtig belang heeft.

Ten slotte wil ik alle betrokkenen bedanken voor de totstandkoming van deze zelfverklaring. Dit betreffen collega's en de directie die deze verklaring van directe input hebben voorzien.

P.J. Kieneker

Tolbert, 7 oktober 2019

Inhoudsopgave

<i>Voorwoord</i>	<i>1</i>
<i>Inhoudsopgave</i>	<i>2</i>
<i>Inleiding</i>	<i>3</i>
<i>1. MVO-principes</i>	<i>4</i>
<i>2. Stakeholders</i>	<i>7</i>
<i>3. MVO-kernthema's</i>	<i>8</i>
<i>4. Integreren</i>	<i>11</i>

Inleiding

Het doel van deze zelfverklaring is om op basis van ISO 26000 te laten zien wat wij als organisatie allemaal doen aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO).

Dit is inzichtelijk gemaakt middels het format NEN-EN-ISO/IEC 17050-1. Middels gerichte vraagstelling is een onderzoek uitgevoerd met betrekking tot vier aandachtspunten die van toepassing zijn op NEN-ISO 26000:2010 (richtlijn voor maatschappelijke verantwoordelijkheid van organisaties).

De aandachtspunten zijn ingedeeld in vier hoofdstukken:

- Hoofdstuk 1: MVO-principes.
- Hoofdstuk 2: onderkennen maatschappelijke verantwoordelijkheid en betrekken stakeholders.
- Hoofdstuk 3: MVO-kernthema's.
- Hoofdstuk 4: integreren van maatschappelijke verantwoordelijkheid in de organisatie.

In deze ISO 26000 zelfverklaring wordt antwoord gegeven op een veertigtal vragen.

Het uitgangspunt is dat de Sylvaphane Groep samen met haar stakeholders heeft bekeken met welke maatschappelijke thema's zij blijvend aan de slag gaat.

1. MVO-principes

Vraag 1 – Afleggen van rekenschap

Onze organisatie legt rekenschap af over onze effecten op de maatschappij, de economie en het milieu. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij leggen rekenschap over:

- de effecten van onze bedrijfsvoering op de maatschappij, het milieu en de economie en in het bijzonder over de eventuele negatieve effecten;
- de maatregelen die we hebben genomen om herhaling van die negatieve effecten te voorkomen.

Toelichting / voorbeelden:

Sylvaphane legt op verschillende manieren rekenschap af aan haar stakeholders over de impact van haar activiteiten op de maatschappij, de economie en het milieu. Onder andere via:

- voedselveiligheidssysteem conform BRC Packaging and Packaging Materials;
- jaarrekening en jaarverslag;
- deelname aan het MJA3-programma;
- RI&E rapportage.

Informatie over onze organisatie en over ons MVO beleid is op onze websites www.sylvaphane.com en www.euroflexbv.com te vinden. Consumentenbelangen staan binnen de organisatie hoog in het vaandel. Een overgroot deel van onze producten worden direct of indirect toegepast in de levensmiddelenindustrie, om deze reden heeft Sylvaphane een voedselveiligheidssysteem opgezet conform de BRC Packaging and Packaging Materials waarbij wij zijn gecertificeerd op het hoogste niveau.

Vraag 2 – Transparantie

Onze organisatie is transparant over besluiten en activiteiten die een effect hebben op de omgeving. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij zijn transparant over:

- het doel, de aard en de plaats van onze activiteiten;
- de manier waarop besluiten tot stand komen;
- welke verantwoordelijkheden en bevoegdheden bij die functies horen in het kader van de besluitvorming;
- wie welke functie binnen onze organisatie heeft in het kader van de besluitvorming;
- onze financiële prestaties;
- de gevolgen van ons beleid en onze organisatiebeslissingen en -activiteiten op de omgeving;
- wie wij als onze stakeholders beschouwen;
- hoe deze stakeholders worden betrokken bij de organisatie.

Deze informatie is:

- openbaar en gemakkelijk beschikbaar. Uitgezonderd de bedrijf kritische informatie, deze is alleen voor relevante stakeholders beschikbaar;
- helder en begrijpelijk voor onze stakeholders;
- tijdig, feitelijk juist, duidelijk en objectief.

Waar is deze informatie te vinden?

Informatie over onze organisatie is op onze websites www.sylvaphane.com en www.euroflexbv.com te vinden, informatie over de manier waarop wij omgaan met onze stakeholders is onder andere te vinden in deze zelfverklaring.

Vraag 3 – Ethisch gedrag

Onze organisatie gedraagt zich ethisch. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- benoemen en passen normen voor ethisch gedrag toe, die aansluiten bij onze eigen doelstellingen en activiteiten en bij NEN-ISO 26000;
- bemoedigen het naleven van deze normen aan;

- voorkomen of lossen belangenconflicten op in de hele organisatie die zouden kunnen leiden tot onethisch gedrag;
- stellen mensen binnen en buiten onze organisatie in staat onethisch gedrag te melden, zonder angst voor represailles;
- herkennen en pakken situaties aan waarin lokale wet- en regelgeving niet bestaat, of welke conflicteren met ethisch gedrag.

Hoe is dit ethisch gedrag geformaliseerd?

- Gedragscode tegen seksuele intimatie en discriminatie.
- Interne klokkenluidersregeling met interne en externe vertrouwenspersoon.
- Wij maken gebruik van de collectieve NRK Code of Conduct om ethisch gedrag te formaliseren.

Vraag 4 – Respect voor de belangen van stakeholders

Onze organisatie respecteert de belangen van stakeholders en speelt hierop in. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- weten wie onze stakeholders zijn;
- erkennen en waarderen stakeholders en reageren op de bezorgdheid van stakeholders;
- onderkennen dat stakeholders de activiteiten van onze organisatie kunnen beïnvloeden;
- wegen de belangen van onze stakeholders in het licht van bredere maatschappelijke verwachtingen;
- houden rekening met de belangen van stakeholders waarmee wij geen formele relatie hebben.

Toelichting / voorbeelden:

- Kwaliteitsmanagementsysteem, in het kader van de ISO 9001:2015 worden alle stakeholders geïdentificeerd en wordt een risicoanalyse uitgevoerd;
- Jaarlijks wordt de risicoanalyse geverifieerd tijdens de managementreview.

Vraag 5 – Respect voor de rechtsorde

Onze organisatie respecteert de geldende wet- en regelgeving. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- stellen ons op de hoogte van de toepasselijke wet- en regelgeving;
- leven wetgeving na in alle landen waar wij actief zijn, ook als handhaving vanuit de overheid gebrekkig is;
- treffen maatregelen om ervoor te zorgen dat onze relaties en activiteiten in overeenstemming met wet- en regelgeving zijn;
- informeren medewerkers over recente en relevante wet- en regelgeving en hoe zij deze kunnen naleven;
- beoordelen periodiek of de organisatie nog voldoet aan wet- en regelgeving.

Toelichting / voorbeelden:

- Periodiek wordt geverifieerd of voldaan wordt aan wet- en regelgeving als onderdeel van ISO 9001:2015, RI&E en managementreview.

Vraag 6 – Respect voor internationale gedragsnormen

Onze organisatie respecteert de internationale gedragsnormen. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- respecteren minimaal de internationale gedragsnormen in landen waar wetgeving het milieu of de maatschappij onvoldoende beschermt of conflicteert met internationale gedragsnormen;
- heroverwegen onze relaties en activiteiten in gebieden wanneer de internationale gedragsnormen niet worden nageleefd;
- voorkomen dat we medeplichtig zijn aan het schenden van de internationale gedragsnormen door andere organisaties.

Voorbeelden / toelichting:

- Integraal wordt de NRK Code of Conduct van branchevereniging NRK toegepast en is deze geïntegreerd in de bedrijfsvoering.

Vraag 7 – Respect voor mensenrechten

Onze organisatie respecteert en erkent de universele mensenrechten. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- respecteren deze rechten in alle landen, culturen en situaties;
- ondernemen stappen in situaties waarin de mensenrechten worden geschonden in het kader van onze bedrijfsvoering, de waardeketen en/of onze invloedssfeer;
- maken geen misbruik van of halen geen voordeel uit situaties waarin de mensenrechten onvoldoende zijn beschermd;
- respecteren de internationale gedragsnormen.

Voorbeelden / toelichting:

- Integraal wordt de NRK Code of Conduct van branchevereniging NRK toegepast en is deze geïntegreerd in de bedrijfsvoering.
-

2. Stakeholders

Vraag 8 – Stakeholders identificeren

Hoe heeft uw organisatie haar stakeholders geïdentificeerd (wie zijn daarbij in wat voor vorm geraadpleegd)?

Als deelnemer aan het door de branche (NRK) georganiseerde collectieve project omtrent ISO 26000, zijn relevante stakeholdergroepen (en voorbeelden van individuele stakeholders) eerst intern geïnventariseerd en vervolgens in een serie van workshops met elkaar gevalideerd en aangevuld. Het resultaat hiervan hebben we wederom getoetst en waar nodig aangevuld. Startpunt voor het identificeren van onze stakeholders was het denken in onze toeleverketen, waardeketen en omgeving.

Wij hebben de stakeholders van onze organisatie onderverdeeld in de volgende tien groepen: toeleveranciers, eigen organisatie, klanten, branche vereniging, aandeelhouders, banken/verzekering, concurrenten, overheid, burgers en media.

Vraag 9 – Stakeholders

Wie zijn de stakeholders van uw organisatie?

Er wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe belanghebbenden van de Sylvaphane Groep (Sylvaphane Holland, Sylvaphane Plastics, Van Bokkum Verpakkingen en Euroflex Printing Holland).

Interne belanghebbenden zijn: aandeelhouders, medewerkers en dochterbedrijven.

Externe belanghebbenden zijn: concurrenten, brancheorganisatie, overheid (landelijk/lokaal), omgeving, media, banken en verzekeraars, adviseurs, dienstverleners, leveranciers en klanten.

Vraag 10 – Betrekken van stakeholders

Waarom en waarbij betreft uw organisatie haar stakeholders (geef voorbeelden van de manier waarop uw organisatie dat heeft gedaan)?

Wij betrekken onze stakeholders om:

- inzicht te krijgen in de impact van onze besluiten en activiteiten op specifieke stakeholders, *hiervoor gebruiken we de informatie welke we uit de collectieve stakeholderdialogen hebben gekregen;*
 - er achter te komen of onze positieve impact op de omgeving kan worden vergroot en negatieve impact kan worden verminderd, *dit toetsen we binnen Sylvaphane door de uitkomsten uit het overleg met onze klanten inclusief het tevredenheidsonderzoek te evalueren;*
 - onze MVO-prestaties te beoordelen, *door collectief als branche met de verschillende stakeholders een dialoog aan te gaan hebben we directe informatie ontvangen over de speerpunten waar we ons op moeten richten;*
 - mogelijke conflicten tussen onze eigen belangen, die van onze stakeholders en de algemene maatschappelijke verwachtingen te bespreken en zo mogelijk op te lossen;
 - aan bepaalde wettelijke verplichtingen die we ten opzichte van stakeholders hebben te voldoen;
 - transparant te zijn in wat we doen (onze activiteiten en besluiten);
 - waar mogelijk partnerschappen te vormen die voor ons en onze stakeholders voordelen bieden, *dit geven we binnen Sylvaphane vorm door ook medewerkers in dienst te nemen welke een achterstand hebben op de arbeidsmarkt. Hiervoor werken we intensief samen met het UWV, gemeente Westerkwartier, gemeente Zwolle en Novawork.*
-

3. MVO-kernthema's

Vraag 11 – Bepalen relevantie MVO-onderwerpen

We hebben bij het bepalen van de relevante onderwerpen gekeken naar:

- *de eigen activiteiten en besluiten;*
- *activiteiten en besluiten van organisaties in de waardeketen en invloedssfeer van uw organisatie;*
- *dagelijkse activiteiten en bijzondere situaties.*

Door actief deel te nemen aan de impactsessie en stakeholdersdialogen die zijn georganiseerd ter voorbereiding op de totstandkoming van het collectieve branchedeel van deze verklaring, hebben we proactief stilgestaan bij deze aandachtspunten.

Vraag 12 – Bepalen relevantie MVO-onderwerpen

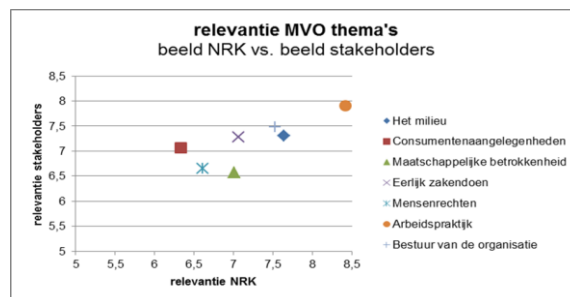
Welke onderwerpen zijn relevant?

De uitkomst van de collectieve NRK impactsessies en stakeholderdialogen hebben uitgewezen dat alle MVO thema's relevant zijn voor Sylvaphane. Er is echter wel verschil in de mate van relevantie. De meest relevante onderwerpen zijn:

- duurzaam gebruiken van hulpbronnen (milieu);
- voorkomen van milieuvervuiling (milieu);
- MVO integreren in besluitvormingsprocessen en structuren (bestuur van de organisatie);
- eerlijke concurrentie nastreven en bevorderen (eerlijk zakendoen);
- gezondheid en veiligheid op het werk behouden en verbeteren (arbeidspraktijk);
- goede werkomstandigheden en sociale bescherming bieden (arbeidspraktijk);
- persoonlijke ontwikkeling en training bieden op de werkplek (arbeidspraktijk);
- aandacht voor mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt (arbeidspraktijk);
- bevorderen van MVO in de keten (eerlijk zaken doen);

- Voorkomen en adequaat oplossen van klachten (consumentenaangelegenheden).

Op MVO-thema niveau ziet de relevantie van de verschillende thema's er als volgt uit:



Figuur 1: Relevantie MVO-onderwerpen (perspectief NRK vs. perspectief stakeholders)

Vraag 13 – Bepalen significantie MVO-onderwerpen

Welke criteria heeft u gebruikt bij het bepalen van de significante onderwerpen?

- Het effect van het wel of niet nemen van extra actie(s) op dit onderwerp.
- De mate van bezorgdheid van onze stakeholders over het onderwerp.
- De maatschappelijke verwachtingen van wat verantwoord gedrag is met betrekking tot deze effecten op dit onderwerp.
- Andere criteria, namelijk de inschatting van de deelnemers aan het NRK collectieve ISO 26000 project over de effectiviteit van (collectieve) actie op een onderwerp. Systematisch zijn hiervoor alle MVO-onderwerpen gescoord en besproken. De uitkomst hiervan is vervolgens voorgelegd aan een vertegenwoordiging van de drie belangrijkste stakeholdergroepen: werknemers, toeleveranciers en klanten.

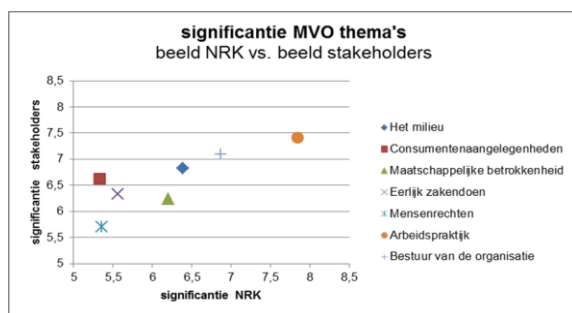
Vraag 14 – Bepalen significantie MVO-onderwerpen

Welke onderwerpen zijn significant?

De NRK collectieve impactsessies en stakeholderdialogen hebben uitgewezen dat veel MVO thema's significant zijn voor Sylvaphane. Er is echter wel verschil in de mate van significantie. De meest significante onderwerpen zijn:

- gezondheid en veiligheid op het werk behouden en verbeteren (arbeidspraktijk);
- goede werkomstandigheden en sociale bescherming bieden (arbeidspraktijk);
- persoonlijke ontwikkeling en training op de werkplek bieden (arbeidspraktijk);
- voorkomen van milieuvervuiling (milieu);
- duurzaam gebruiken van (hulp)bronnen groene stroom (milieu);
- MVO integreren in besluitvormingsprocessen en structuren (bestuur van de organisatie);
- beschermen van de consumentengezondheid en voedselveiligheid van de verpakkingen (consumentenbelangen);
- eerlijke concurrentie nastreven en bevorderen (eerlijk zaken doen);
- voorkomen en adequaat oplossen van klachten (consumentenbelangen);
- werkgelegenheid bevorderen (maatschappelijke betrokkenheid).

Op MVO-thema niveau ziet de significantie van de verschillende thema's er als volgt uit:



Figuur 2: Significantie MVO-onderwerpen (perspectief NRK vs. perspectief stakeholders)

Vraag 15 – Prioriteren MVO-onderwerpen Welke criteria heeft u gebruikt bij het bepalen van de prioritaire onderwerpen?

- De prestaties zijn afgezet tegen de 'state of the art' en 'best practices'.
- De mate waarin het onderwerp bijdraagt aan of afbreuk doet aan de doelstellingen.
- De kosten versus de baten van het ondernemen van actie op het onderwerp.
- Het gemak en de snelheid waarmee acties kunnen worden uitgevoerd – de 'quick wins'.

Vraag 16 – Prioriteren MVO-onderwerpen Welke onderwerpen hebben prioriteit?



Vraag 17 – Prioriteren MVO-onderwerpen Tot welke acties heeft dit geleid of gaat u nemen?

Het milieu – aansluiting met Rethink, het proactief helpen van de consument met de beste en meest duurzame verpakkingso oplossingen en intensieve samenwerking met zusterondernemingen.

Maatschappelijke betrokkenheid – door de veranderende arbeidsmarkt en de groei in de organisatie blijven we kijken naar mogelijkheden in de breedte en samenstelling van de arbeidsmarkt. Om zo optimaal de werkgelegenheid in onze regio te bevorderen.

Arbeidspraktijk – persoonlijke ontwikkeling van medewerkers op de werkplek, boeien en binden.

Consumentenaangelegenheden – de consument helpen met de beste verpakkingoplossingen voor hun product. Onder andere door intensief en proactief samen te werken met onze zusterondernemingen en onze klanten.

Vraag 18 – Prioriteren MVO-onderwerpen

Toelichting op prioriteitsstelling (leg ook uit waarom bepaalde onderwerpen wel en niet zijn meegenomen):

De activiteiten zijn afgestemd op de kernprocessen van Sylvaphane en de impact die deze processen hebben op mens, milieu en omgeving. Sylvaphane hecht grote waarde aan de maatschappelijke component van het ondernemen.

Er zijn geen aanvullende acties geformuleerd op het onderwerp mensenrechten. Dit is reeds een basisvoorwaarde van ons handelen.

Vraag 19 – Prioriteren MVO-onderwerpen

Geef aan welke stakeholders – en op welke wijze – u heeft betrokken bij het identificeren van relevante, significante en prioritaire onderwerpen:

Als deelnemer aan het door de NRK georganiseerde collectieve traject ISO 26000 hebben wij deelgenomen aan een serie workshops. Er zijn bijeenkomsten geweest met eigen medewerkers, klanten, toeleveranciers en overheden. Tijdens deze workshops is steeds op systematische wijze de relevantie en significantie van de MVO onderwerpen besproken en uiteindelijk gescoord. Al deze gegevens zijn uiteindelijk per stakeholdersgroep bij elkaar gevoegd in een trechterproces.

4. Integreren

Vraag 20 – Ketenverantwoordelijkheid en invloedssfeer

Welke (typen) organisaties bevinden zich in uw invloedssfeer en hoe verhouden zich die tot uw organisatie?

Economische relatie:

- Klanten
- Leveranciers
- Brancheorganisaties
- Financiële instanties
- Concurrenten

Eigendom relatie:

- Aandeelhouders
- Bedrijven welke onderdeel zijn van de Sylvaphane Groep (zusterbedrijven)

Wettelijke/ Politieke relatie:

- Medewerkers
- Overheidsinstanties
- Branchevereniging(en)
- Gemeenten / Provincie

Informele beïnvloedingen relatie:

- Consument (eindgebruiker)

Vraag 21 – Ketenverantwoordelijkheid en invloedssfeer

Op welke manier stimuleert uw organisatie maatschappelijke verantwoordelijkheid bij andere organisaties? Geef voorbeelden.

- Door maatschappelijke criteria mee te nemen in contractuele voorwaarden.
 - o NRK collectieve Code-of-Conduct
- Door een openbare verklaring over maatschappelijke verantwoordelijkheid af te leggen.
 - o Het MVO statement is middels deze zelfverklaring openbaar gemaakt

- Door het betrekken van de gemeenschap, politieke leiders en andere stakeholders.
 - o Tijdens de collectieve stakeholdersdialogen zijn door klanten en leveranciers belangrijke bijdragen gegeven voor de basis van deze zelfverklaring. Sylvaphane zorgt voor veel werkgelegenheid in de regio zowel direct als indirect.
- Door bij het nemen van investeringsbeslissingen maatschappelijke criteria te hanteren.
 - o In de afgelopen jaren is het machinepark van Sylvaphane continue gemoderniseerd en uitgebreid, hierdoor is het mogelijk om efficiënter en energiezuinig te produceren.
- Door samen met leveranciers, klanten en branchegenoten aan duurzaamheidsprojecten te werken.
 - o Door het ISO 26000 project is het MVO verhaal richting deze groepen op de kaart gekomen.

Vraag 22 – Gepaste zorgvuldigheid

Op welke manier beoordeelt uw organisatie (potentiele) (negatieve) effecten van de eigen activiteiten en besluiten op de maatschappij, milieu en economie?

Wij beoordelen dat door:

- de denkwijze van People Planet Profit als uitgangspunt te nemen voor alle beslissingen;
 - het uitvoeren en naleven van algemene en specifieke risico inventarisatie & evaluatie (RI&E) en het project stoffenmanager;
 - de collectieve dialoog met stakeholders, en opvolging daarvan;
 - het publiceren van een (financieel) jaarverslag;
 - productontwikkeling en nieuwe materialen te bespreken met klanten;
 - open communicatie met de gemeente en Omgevingsdienst.
-

Vraag 23 – Gepaste zorgvuldigheid

Op welke manier beoordeelt uw organisatie (potentiële) (negatieve) effecten van de activiteiten en besluiten van organisaties in uw invloedssfeer op de maatschappij, milieu en economie?

Dit doen wij door zo transparant mogelijk te zijn (zie vraag 2), en door actief de dialoog met partijen in onze invloedssfeer op te zoeken. Deelname aan de collectieve stakeholderdialogen is hiervan een voorbeeld. Daarnaast komt dit terug in de gesprekken met gemeente en omgevingsdienst. De NRK wordt als brancheorganisatie door ons gezien als middelpunt voor het oppakken van collectieve zaken rondom de CAO, ARBO, REACH en voedselveiligheid.

Vraag 24 – Gepaste zorgvuldigheid

Hoe wordt gepaste zorgvuldigheid uitgeoefend of geïmplementeerd in uw organisatie (en geef voorbeelden van de invulling):

- richtlijnen over hoe aan de organisatie verbonden personen gepaste zorgvuldigheid in acht kunnen nemen.
 - o Code-of-Conduct (incl. wijze van naleving), personeelsbeleid, management evaluaties
- instrumenten om de impact van geplande en bestaande activiteiten in kaart te brengen.
 - o MJA3 / eigen energiemonitoring / financieel jaarverslag / project evaluaties
- anders, namelijk
 - o zie antwoorden vragen 21, 22 en 23

Vraag 25 – Gepaste zorgvuldigheid

Welke (potentiële) negatieve effecten op maatschappij, milieu en economie heeft uw organisatie geïdentificeerd?

De Plasticsoep discussie

Typisch heeft een verpakking van kunststof een lange levensduur, hier zit ook de kracht van kunststof. Tevens is kunststof laag in gewicht, op basis van energie en technische aspecten zijn

kunststoffen in vele opzichten beter dan producten op basis van andere materialen.

Een voorwaarde om alle voordelen tot zijn recht te laten komen is scheiding en recycling van de afvalstromen. In de afgelopen jaren is hier mede door inspanning van verschillende partijen in Europa een grote hoeveelheid materiaal aangeboden voor recycling.

De kunststoffen kunnen diverse malen opnieuw verwerkt worden. Hoewel Nederland het zeker niet slecht doet, is er zeker nog winst te behalen binnen Europa. Bijvoorbeeld in de vorm van een intensieve samenwerking met andere partijen in de keten.

Dit staat in schril contrast met landen waar kunststof afval op straat en uiteindelijk in de oceaan als plasticsoep beland tezamen met al het andere afval.

Op dit moment worden er materialen aangeboden welke gecomposteerd kunnen worden, nadelen zijn echter de hoge prijs, het hogere soortelijke gewicht en dat het materiaal maar één keer kan worden ingezet.

Het voordeel van hernieuwbare grondstoffen is dat deze gemengd met conventionele materialen gerecycled kunnen worden.

Arbo

In een productieomgeving kunnen mensen worden blootgesteld aan zware belastingen en gevaarlijke stoffen. In een extreem geval kan dit leiden tot letsel. Wij zijn ons van dit risico bewust en plegen continu inspanning om het risico te beperken. Vanuit de branchevereniging worden tools ontwikkeld in samenspraak met het bevoegd gezag om blijvend te zorgen voor een veilige werkomgeving.

Milieu

Vanuit de lokale overheid wordt in samenwerking met de omgevingsdienst de controle op naleving van de omgevingsvergunning uitgevoerd. In het activiteitenbesluit zijn die zaken opgenomen welke een negatief effect zouden kunnen hebben op de omgeving of het milieu.

Vraag 26 – Visie, missie beleid en strategie

Onze organisatie heeft richting gegeven aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid:

Door belangrijke principes en onderwerpen van maatschappelijk verantwoordelijkheid op te nemen in ons beleid en strategie.

- Door een gedragscode of ethische code aan te nemen waarin de principes en waarden van maatschappelijke verantwoordelijkheid zijn vertaald naar richtlijnen voor passend gedrag.
 - o NRK collectieve Code of Conduct
- Door prioriteiten voor actie op kernthema's door te vertalen in doelstellingen.
 - o Zie vraag 17
- Door het opstellen van een actieprogramma.
 - o Zie vraag 17
- Anders namelijk
 - o Sylvaphane zal de ingezette lijn van de ISO 26000 doorzetten in het te voeren beleid en de lange termijn visie van de organisatie. We zullen dit delen met onze medewerkers door dit op te nemen in ons kwaliteitsbeleid.

Vraag 27 – Ontwikkelen van draagvlak en competenties

Op welke manier creëert uw organisatie draagvlak voor maatschappelijke verantwoordelijkheid - binnen én buiten de organisatie?

De directie, die een leidende rol heeft bij de inkoop van de gebruikte grondstoffen, zal tijdens besprekingen met leveranciers het MVO principe bespreekbaar maken. Op deze wijze willen we deze principes en de noodzaak om te blijven ontwikkelen onder de aandacht blijven brengen.

Met de branche organisatie zullen we trachten op landelijk / Europees niveau invloed te kunnen uitoefenen over het (her)gebruik van grondstoffen.

Geef aan of u hierbij aandacht heeft besteed aan:

- het vergroten van kennis van de principes, MVO-kernthema's en -onderwerpen;

- de betrokkenheid van de top van de organisatie bij het nemen van haar maatschappelijke verantwoordelijkheid;
- het creëren van een cultuur van maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Vraag 28 – Ontwikkelen van draagvlak en competenties

Op welke manier ontwikkelt uw organisatie de benodigde competenties voor het nemen van maatschappelijke verantwoordelijkheid – binnen en eventueel buiten de organisatie?

Innoveren samen met andere partijen in de keten is van levensbelang binnen onze sector. Rekening houden met onze maatschappelijke verantwoordelijkheid is onlosmakelijk verbonden met dit voortdurende innovatieproces. Zoals ook beschreven in het antwoord op vraag 10 en vraag 27 betrekken wij onze stakeholders hierbij.

Concrete voorbeelden van competentieontwikkeling voor het nemen van maatschappelijke verantwoordelijkheid zijn:

- onze deelname aan het collectieve project omtrent ISO 26000;
- het volgen van opleiding en training, bijvoorbeeld op het gebied van veiligheid en milieu.

Vraag 29 – Integratie van maatschappelijke verantwoordelijkheid in besturingsprocessen, systemen en procedures

Op welke manier heeft uw organisatie haar maatschappelijke verantwoordelijkheid geïntegreerd in haar besturingsprocessen, systemen en procedures?

Het interne kwaliteitssysteem ISO 9001 en het voedselveiligheidssysteem conform BRC Packaging & Packaging Materials, vormen de basis om aan de consumenten voedselveilige producten te leveren.

Sylvaphane heeft door zich te aan te sluiten bij de NRK kennis op het gebied van arbeidsomstandigheden (RI&E), energiebesparingsprojecten (MJA3) verworven en zich tegelijk verplicht om zich te conformeren aan de standpunten die de vereniging afsprekt met overheden.

Door de directie zal tijdens besprekingen met leveranciers het MVO standpunt worden besproken.

De zelfverklaring zal op de website worden geplaatst en worden opgenomen in het kwaliteitsbeleid dat intern wordt gepubliceerd.

Onze organisatie heeft dit geïntegreerd:

- door de effecten van onze eigen activiteiten op maatschappij, milieu en economie zorgvuldig te monitoren en te managen;
- door rekening te houden met effecten van besluiten, bijvoorbeeld over nieuwe activiteiten;
- door ervoor te zorgen dat de principes van maatschappelijke verantwoordelijkheid in onze;
- besturingsprocessen worden toegepast en worden weerspiegeld in onze structuur en cultuur;
- door het opnemen in het kwaliteitsbeleid.

Vraag 30 – Communicatie en rapportage

Houdt uw organisatie bij haar communicatie over maatschappelijke verantwoordelijkheid rekening met de volgende criteria?

- Compleet: in de informatie komen alle belangrijke activiteiten en de maatschappelijke effecten daarvan aan de orde.
- Begrijpelijk: de informatie is voor de doelgroep goed te begrijpen. Het gaat hierbij zowel om het gebruik van de taal van de doelgroep als om de manier waarop de informatie wordt gepresenteerd.
- Responsief: in de informatie wordt ingegaan op de belangen van stakeholders.

- Nauwkeurig: de informatie is feitelijk juist en bevat voldoende diepgang.
- Evenwichtig: de informatie is evenwichtig en eerlijk. De organisatie brengt niet alleen goed nieuws naar buiten, maar geeft ook informatie over eventuele negatieve maatschappelijke effecten.
- Actueel: het behoort daarom altijd duidelijk te zijn op welke periode de informatie betrekking heeft.
- Toegankelijk: de informatie is beschikbaar voor alle stakeholders.

Toelichting:

De communicatie met betrekking tot maatschappelijk verantwoord ondernemen doen wij middels deze zelfverklaring en alle hierin genoemde communicatiekanalen. In deze communicatie hebben wij rekening gehouden met de hierboven genoemde criteria.

Vraag 31 – Communicatie en rapportage

Op welke manier communiceert uw organisatie over haar maatschappelijke verantwoordelijkheid? (geef voorbeelden)

- In vergaderingen en gesprekken met stakeholders.
- Door over specifieke onderwerpen of projecten met stakeholders te communiceren.
- Interne communicatie tussen management en medewerkers van de organisatie.
- Interne teamactiviteiten met als doel maatschappelijke verantwoordelijkheid te integreren in de hele organisatie.
- Communicatie over de prestaties op het gebied van MVO.
- Communicatie met leveranciers over MVO in de inkoopseisen.
- Openbare maatschappelijke verslagen.

Vraag 32a – Communicatie en rapportage

Rapporteert uw organisatie over MVO via een maatschappelijk verslag (al dan niet als losstaand verslag)?

- *Nee (ga door naar vraag 33a)*

Vraag 33a – Communicatie en rapportage
Zijn er conflicten of meningsverschillen (geweest) met stakeholders?

- Nee

Vraag 33b – Communicatie en rapportage
Welke methoden heeft u om (eventuele) conflicten op te lossen?

- Formele procedures voor klachtenbehandeling.
- Andere procedures om klachten op te lossen, namelijk
 - o Sylvaphane staat voor een opengesprek waarbij aan iedereen recht gedaan moet worden. Duidelijkheid en eerlijkheid vormen de basis die wordt gebruikt op het moment dat er een conflict of meningsverschil dreigt.
 - o Voor de bewaking van de kwaliteit van onze producten hebben we een procedure in het kwaliteitssysteem opgenomen waarin we iedere opmerking / klacht op de zelfde wijze behandelen.

Vraag 34 – Communicatie en rapportage
Op welke manier monitort uw organisatie haar activiteiten die effect hebben op relevante thema's en onderwerpen?

- Feedback van stakeholders.
- Meten met behulp van indicatoren, namelijk via een klant tevredenheidsonderzoek
- Door MVO-onderwerpen jaarlijks mee te nemen in onze managementreview.

Geef aan of voor deze monitoring de volgende punten gelden:

- De omvang van de monitoring is in lijn met de omvang en het belang van de activiteiten.
- De monitoring geeft resultaten die betrouwbaar, tijdig beschikbaar en gemakkelijk te begrijpen zijn.

- De monitoring is afgestemd op de behoefte van de stakeholders.

Vraag 35 – Monitoren van activiteiten en beoordelen van prestaties

Hoe heeft uw organisatie haar prestaties op relevante thema's en onderwerpen beoordeeld?

In het door de NRK georganiseerde collectieve ISO 26000 project zijn onze prestaties op de relevante thema's en onderwerpen collectief beoordeeld door onze medewerkers, klanten en toeleveranciers.

Heeft u zich daarbij de volgende vragen gesteld:

- ✓ Zijn de beoogde doelen behaald?
- ✓ Waren het, achteraf gezien, de juiste doelen?
- ✓ Hadden we de juiste strategieën en processen voor de te behalen doelen?
- ✓ Wat werkte goed, en waarom? Wat werkte niet goed, en waarom niet?
- ✓ Wat hadden we beter anders kunnen doen?
- ✓ Zijn alle relevante personen erbij betrokken?

Vraag 36 – Monitoren van activiteiten en beoordelen van prestaties

Heeft u stakeholders betrokken, zo ja welke?

Ja, als deelnemer aan het door de NRK georganiseerde collectieve project ISO 26000 hebben wij collectief onze werknemers, klanten, toeleveranciers en de lokale overheid betrokken bij het beoordelen van onze inspanningen en prestaties op de relevante onderwerpen (zie ook vraag 12).

Vraag 37a – Monitoren van activiteiten en beoordelen van prestaties

Welke verbeteringen of successen heeft uw organisatie bereikt?

- MVO onder de aandacht van de medewerkers gebracht.
- Opstellen zelfverklaring conform NEN-ISO 26000.
- Gesprek aangegaan met de stakeholders tijdens de impact sessies.

- Leer/werkplek zijn voor BBL jongeren en medewerkers met een achterstand op de arbeidsmarkt.
- Energiezuinige ledverlichting toegepast in de productieafdelingen.
- Ondersteunen van doelstellingen van maatschappelijk nut.

Verder in de keten onze bewustwording delen.

Vraag 37b – Monitoren van activiteiten en beoordelen van prestaties

Welke doelen zijn nog niet bereikt?

Nog niet bereikte doelen zijn vertaald naar acties, een overzicht hiervan is bij vraag 17 opgenomen.

Vraag 38 – Selecteren van MVO initiatieven en instrumenten

Aan welke MVO-initiatieven en eventuele bijbehorende instrumenten neemt uw organisatie deel?

Sylvaphane is aangesloten bij overkoepelende MVO initiatieven: Rethink, SBB (erkend leerbedrijf).

Vraag 39 – Selecteren van MVO initiatieven en instrumenten

Welke van de onderstaande punten heeft u overwogen bij de keuze voor dit initiatief?

- ✓ Geeft praktische richtlijnen om met MVO aan de slag te gaan.
- ✓ Is ontworpen voor uw type organisatie of haar interessegebieden
- ✓ Is tot stand gekomen op een open en transparante wijze.
- ✓ Is goed toegankelijk.

Vraag 40 – Selecteren van MVO initiatieven en instrumenten

Welke concrete acties worden uitgevoerd in verband met het MVO-initiatief?

Bewustwording dat MVO het beste aangepakt kan worden als stakeholders uit de gehele keten met elkaar over dit onderwerp in gesprek zijn. Hierdoor is het ook mogelijk om met slagkracht iets te bewerkstelligen.