

1. Milieubeleid

Thema M.1. Strategie

Aspect M.1.1. Principes

Motivatie Een verantwoord milieubeleid begint bij het formaliseren van het engagement ten aanzien van het leefmilieu en het uitschrijven van de belangrijkste milieuprincipes.

Omschrijving **De mate waarin een onderneming haar milieubeleid heeft geformaliseerd en de kwaliteit van de formele milieubeleids-principes.**

Indicator Kwaliteit en begrijpelijkheid van de milieubeleidsverklaring.

Aspect M.1.2. Communicatie van het milieubeleid

Motivatie Klanten en andere stakeholders hebben recht op informatie over het milieubeleid van grootwarenhuisketens, zowel over de geplande acties als over de resultaten. Kwalitatieve publicaties bevatten o.a. verbeteringsvoorstellen, performantiedata en doelstellingen. Voor de geloofwaardigheid van de milieurapportage is het nodig dat deze onafhankelijk gecontroleerd worden.

Omschrijving **De mate waarin het publiek wordt geïnformeerd over de milieuverantwoordelijkheid van het bedrijf.**

Indicator Aanwezigheid van een kwalitatief (openbaar) milieurapport en/of andere milieupublicaties. De publicaties bevatten verbeteringsvoorstellen, performantiedata, doelstellingen.

Indicator Het milieurapport wordt onafhankelijk geverifieerd of gecertificeerd.

Thema M.2. Milieu-impact van het bedrijf

Aspect M.2.1. Energie

Motivatie Met de doelstellingen van Kyoto in het achterhoofd zijn maatregelen omtrent het energieverbruik van grootwarenhuisketens erg belangrijk. Vooral het terugdringen van het energieverbruik staat daarbij centraal, maar ook het toepassen van hernieuwbare energie verdient aanmoediging. Dit heeft als belangrijk effect de daling van de uitstoot van broeikasgassen.

Omschrijving **Evolutie van het energieverbruik.**

Indicator Maatregelen genomen om het energieverbruik te verminderen (isolatie gebouwen, verlichting, verwarming, koelsystemen, energiezuinige toestellen,...).

Indicator Evolutie van het totale energiegebruik gedeeld door de omzet.

Indicator Percentage hernieuwbare energie dat wordt aangewend.

Aspect M.2.2. Water

Motivatie Ook al is waterverbruik geen thema dat bij distributieketens specifiek in het oog springt, het nemen van maatregelen voor zuinig gebruik en beperken van het lozen van afvalwater is een verantwoordelijkheid die elk duurzaam bedrijf op zich neemt.

Omschrijving **De mate waarin een onderneming inspanningen levert om het waterverbruik te verminderen en watervervuiling tegen te gaan.**

Indicator De aanwezigheid van een beleid en maatregelen om het waterverbruik te verminderen en watervervuiling tegen te gaan.

Aspect M.2.3. Afval

Motivatie Bij het transporteren van goederen van en naar de supermarkt komt een aanzienlijke hoeveelheid verpakkingsmateriaal kijken. Onder meer transportverpakkingen, omverpakkingen, individuele verpakkingen en onverkochte en/of vervallen goederen dragen daartoe bij. Duurzame distributeurs trachten niet alleen de hoeveelheid (milieuschadelijk) afval zoveel mogelijk te beperken, maar nemen ook maatregelen omtrent afvalbehandeling. Ook de consument wordt hierbij betrokken, onder meer door maatregelen op gebied van producten in bulk, herbruikbare of grootverpakkingen, boodschappentassen en publicaties voor klanten.

Omschrijving	De mate waarin een onderneming inspanningen doet om de hoeveelheid en de milieuschadelijkheid van het bedrijfsintern afval te verminderen en om een zo milieuvriendelijk mogelijke afvalbehandelingsmethode te verzekeren.
Indicator	Aanwezigheid van een beleid en maatregelen om de hoeveelheid en de milieuschadelijkheid van het bedrijfsintern afval te verminderen.
Indicator	Aanwezigheid van een beleid en maatregelen om een zo milieuvriendelijk mogelijke afvalbehandelingsmethode te verzekeren.
Indicator	Cijfergegevens rond afvalreductie: daling van het gewicht en het volume afval.

Omschrijving	De mate waarin het bedrijf het consumenten mogelijk maakt en hen aanspoort om afval te beperken.
Indicator	Maatregelen om verpakkingsafval aangeboden aan de consumenten te beperken (diversiteit in aanbod van herbruikbare verpakkingen, grootverpakkingen,...).
Indicator	Supermarkt biedt geen tassen voor éénmalig gebruik aan.
Indicator	Supermarkt biedt herbruikbare recipiënten aan (vb. tassen).

Omschrijving	De mate waarin het bedrijf de milieu-impact van zijn externe communicatie beperkt.
Indicator	Reclame naar consumenten: soort informatiedrager, oplage, soort papier, wijze van bedeling.

Aspect M.2.4. Mobiliteit en transport

Motivatie Het aanvoeren van voedingsmiddelen van over de hele wereld zorgt voor heel wat voedselkilometers. Dankzij een kwalitatief mobiliteitsplan kan een distributieketen zijn verkeersdruk beperken. Een milieuvriendelijk transportbeleid bestaat uit maatregelen voor het bedrijfsintern vervoer, het vervoer van toeleveranciers, het woon-werkverkeer van medewerkers en het woon-winkelverkeer van klanten.

Omschrijving	De mate waarin een onderneming inspanningen levert om de verkeersdruk te beperken.
Indicator	De aanwezigheid van een kwalitatief mobiliteitsplan.

Omschrijving	De mate waarin het bedrijf een milieuvriendelijk transportbeleid voert.
Indicator	Milieuvriendelijke maatregelen binnen het transportbeleid.
Indicator	Een milieuvriendelijk woon-werkverkeer van de werknemers wordt aangemoedigd.
Indicator	Een milieuvriendelijk woon-winkelverkeer van de consumenten wordt aangemoedigd (vb. toegankelijk met openbaar vervoer, overdekte fietsstallingen...).

Aspect M.2.5. Ruimtelijke ordening & infrastructuur

Motivatie Een vestiging van een grootwarenhuis heeft een impact op de ruimtelijke ordening onder meer door het verkeer van en naar de supermarkt. Door parkeerruimte buiten de openingsuren van de winkel open te stellen voor andere doeleinden kan deze nuttig gebruikt worden door de buurtbewoners. Bij de bouw (of verbouwing) van winkels kunnen principes van duurzaam bouwen worden toegepast.

Omschrijving	De mate waarin de onderneming rekening houdt met zijn impact op de ruimtelijke ordening & omgeving
Indicator	Multifunctioneel gebruik van de ruimte
Indicator	Impact op de omgeving (urbanistische integratie)
Indicator	Duurzaamheid van het gebouw

Aspect M.2.6. Milieu-impact van producten

Motivatie Het verdient aanbeveling dat distributeurs milieu-eisen in lastenboeken van producten integreren en de voorkeur geven aan producten met een kleinere milieu-impact. Aan producten onder eigen merk worden milieugerichte aanpassingen uitgevoerd. Bovendien wordt onderzoek gevoerd naar de ontwikkeling van meer milieuvriendelijke producten.

Omschrijving	Maatregelen om de milieu-impact van aangekochte producten te verkleinen.
Indicator	Selectie van aangeboden producten op basis van de milieu-impact.

Omschrijving	Maatregelen om de milieu-impact van producten van het huismerk te verkleinen.
Indicator	Milieugerichte aanpassingen aan het productontwerp (ecodesign), onderzoek gericht op de ontwikkeling van milieuvriendelijkere producten (toepassing LCA).

Aspect M.2.7. Advies en informatie

Motivatie Duurzame distributieketens moedigen het milieugedrag van hun klanten aan, zonder hun keuzevrijheid te beperken. Het bedrijf informeert klanten over de milieuaspecten van aangeboden producten. De informatie of adviezen kunnen zowel de productie-, gebruik- als afvalfase betreffen.

Omschrijving	De mate waarin een onderneming haar klanten informeert over milieuaspecten van haar producten en over de mogelijkheden om negatieve milieu-impacten tijdens de gebruiks- en afvalfase te verminderen of te vermijden.
Indicator	Informatie voor klanten (reclame, etiketten, aanduidingen in de winkelrekken, folders, brochures, affiches, video's ...) over het aanbod en gebruik van milieuvriendelijke producten.

Aspect M.2.8. Aanbod producten met milieusparende eigenschappen

Motivatie Bij duurzame grootwarenhuizen kunnen klanten milieusparende producten vinden: dit houdt een aanbod aan biologische voeding (geen gebruik van kunstmest en pesticiden), producten voor een volwaardige vegetarisch voedingspatroon (o.a. lagere energieomzetting), ggo-vrije producten (o.a. geen risico's voor biodiversiteit), milieusparende vis (tegen overbevissing) en lokale producten (bespaart op transport, koeling, verpakking) in.

Omschrijving	De mate waarin de supermarkt biologische producten aanbiedt en promoot. (Bio-producten = gecertificeerd biologische drank- en voedingsproducten).
Indicator	Percentage, diversiteit aanbod, promotie (budget hiervoor voorzien), verkoopcijfers, plaatsing in de winkel en beschikbare schapruimte, maatregelen om het prijsverschil bio-gangbaar te verkleinen.

Milieubeleid

Omschrijving	De mate waarin de supermarkt ingrediënten aanbiedt die een volwaardig vegetarisch voedingspatroon mogelijk maken.
Indicator	De aanwezigheid van voldoende vleesvervangende producten, integrale granen, peulvruchten en andere producten nodig voor een volwaardig vegetarisch dieet.
Omschrijving	De mate waarin de supermarkt GGO-vrije producten aanbiedt.
Indicator	De mate waarin producten van eigen merk GGO vrij zijn.
Indicator	Het beleid verzekert de keuze van de consument voor GGO-vrije producten (duidelijke communicatie op etiket, aankoopbeleid dat producten met GGO's weigert).
Omschrijving	De mate waarin de supermarkt vis van milieusparende oorsprong promoot. (Vis van milieusparende oorsprong = gevangen of gekweekt met gegarandeerde milieusparende vistechnieken).
Indicator	Aanwezigheid van een aankoopbeleid dat vis gevangen of gekweekt volgens milieusparende vistechnieken bevoordeelt.
Omschrijving	De mate waarin de supermarkt lokale producten aanbiedt. (Lokale producten = Producten afkomstig van kleine lokale producenten, met name Belgische land- en tuinbouwbedrijven KMO's).
Indicator	Aanwezigheid van een aankoopbeleid dat lokale producten, met een korte productieketen die zich voornamelijk in België bevindt, bevoordeelt, zodat koeling en transport tot een minimum beperkt blijft.

2. Intern sociaal beleid

Thema I.1. Strategie

Aspect I.1.1. Attitude tegenover de wetgeving

Motivatie Een basisvereiste van een duurzaam beleid is het naleven van de wettelijke verplichtingen, ook op sociaal gebied. Overtredingen van wettelijke sociale verplichtingen en veroordelingen hieromtrent zijn ongewenst.

Omschrijving **De mate waarin een bedrijf wettelijke verplichtingen volgt, verder gaat, of er tegen in gaat.**

Indicator Afwezigheid van overtredingen en veroordelingen uitgesproken omtrent de wettelijke verplichtingen op vlak van sociaal beleid.

Aspect I.1.2. Principes

Motivatie Een verantwoord sociaal beleid begint bij het formaliseren van het engagement ten aanzien van de medewerkers en het uitschrijven van de belangrijkste sociale principes.

Omschrijving **De mate waarin een onderneming haar sociaal beleid heeft geformaliseerd en de kwaliteit van de formele sociale beleids-principes.**

Indicator Kwaliteit en begrijpelijkheid van de formele sociale beleidsprincipes.

Thema I.2. Werkgelegenheid

Aspect I.2.1. Evolutie

Motivatie Werkgelegenheid is een belangrijk sociaal thema. De mate waarin een bedrijf werkgelegenheid creëert of handhaaft kan worden gemeten door middel van een vergelijking met de sector. Ook de medewerking aan tewerkstellingsinitiatieven van de overheid is een indicator.

Omschrijving **De mate waarin een bedrijf werkgelegenheid creëert/handhaaft.**

Indicator Evolutie van de werkgelegenheid in vergelijking met de sector.

Indicator Medewerking aan tewerkstellingsinitiatieven van de overheid.

Aspect I.2.2. Duurzaam karakter van de werkgelegenheid

Motivatie Het bieden van een aangename, kwaliteitsvolle en stabiele werkgelegenheid leidt tot grotere tevredenheid bij werknemers. Afwezigheid van controverses rond contracten en het jaarlijks personeelsverloop zijn duidelijke indicatoren. Bij herstructureringen wordt gekeken naar de mate waarin het bedrijf naakte onslagen vermijdt.

Omschrijving **De mate waarin een onderneming kwaliteitsvolle werkgelegenheid biedt.**

Indicator Afwezigheid van controverses rond contracten (duur, kwaliteit, overwerk, flexibiliteit, ...).

Omschrijving **De mate waarin een onderneming stabiele werkgelegenheid biedt.**

Indicator Maatregelen om naakte ontslagen te vermijden bij herstructurering.

Indicator Jaarlijks personeelsverloop (uitgezonderd jobstudenten).

Indicator Het percentage van contracten voor onbepaalde duur

Thema		I.3. Arbeidsinhoud
Aspect		I.3.1. Vorming en opleiding
Motivatie		Zowel de medewerkers als het bedrijf zelf hebben baat bij een permanente vorming en opleiding van werknemers. De inspanningen van de onderneming om de kennis en de vaardigheden van de werknemers te vergroten kunnen worden aangetoond door aantal en aard van de vormingen.
Omschrijving		De mate waarin een onderneming inspanningen levert om de kennis en de vaardigheden van de werknemers te vergroten.
Indicator		Kwantitatieve vormingsinspanningen in % van de loonmassa (% werknemers, aantal trainingsuren per werknemer).
Indicator		Kwalitatieve vormingsinspanningen (functioneel, multifunctioneel, gericht op employability).
Aspect		I.3.2. Autonomie
Motivatie		Een zekere mate van autonomie van werknemers verbetert de arbeidsinhoud. De onderneming kan in het beleid instrumenten voorzien die de delegatie/decentralisatie van verantwoordelijkheid stimuleren
Omschrijving		De mate waarin een bedrijf verantwoordelijkheid delegeert naar de werknemers.
Indicator		Aanwezigheid van instrumenten die de delegatie/decentralisatie van verantwoordelijkheid stimuleren.
Aspect		I.3.3. Communicatie en overleg
Motivatie		De mening van de werknemers is zeer waardevol voor bedrijven. Zij zijn dagelijks bezig met de vele bedrijfsprocessen en dus het best geplaatst om te wijzen op werkingsproblemen binnen het bedrijf. Zowel de communicatie van het bedrijf naar de werknemers toe als de communicatie van de werknemers naar het management zijn cruciaal voor een efficiënt beheer. Hiervoor kunnen (formele) communicatiekanalen en/of overlegorganen worden gebruikt.
Omschrijving		De mate waarin een onderneming tweerichtingscommunicatie met de werknemers bevordert.
Indicator		Aanwezigheid en gebruik van (formele) communicatiekanalen en/of overlegorganen.
Indicator		Aanwezigheid van functionerings- en evaluatiegesprekken
Aspect		I.3.4. Taakverrijking en loopbaanontwikkeling
Motivatie		Een verantwoorde onderneming staat mee in voor de persoonlijke ontwikkeling van haar werknemers. Instrumenten die een bedrijf hiertoe kan inzetten zijn systemen van interne promotie, functioneringsgesprekken en/of individuele loopbaanplannen.
Omschrijving		De inspanningen die een onderneming doet voor de persoonlijke ontwikkeling van haar werknemers.
Indicator		Aanwezigheid van systemen van interne promotie, functioneringsgesprekken en/of individuele loopbaanplannen.
Aspect		I.3.6. Gelijke kansen
Motivatie		De distributie is één van de belangrijkste werkgevers voor mensen met weinig kwalificaties. Doordat ze overal gevestigd zijn en arbeidsintensief zijn bieden zij zeer veel werkgelegenheid voor een breed gamma van de bevolking.
Omschrijving		De mate waarin het bedrijf een gelijke kansen beleid heeft en realiseert.
Indicator		De aanwezigheid van een beleid en maatregelen rond gelijke kansen.
Indicator		Aantal vrouwen in verantwoordelijke functies

Thema I.4. Arbeidsvoorwaarden

Aspect I.4.1. Flexibiliteit

Motivatie Stress bij werknemers kan vermeden worden door het voeren van een personeelsbeleid dat rekening houdt met hun noden en verwachtingen, onder meer op vlak van flexibele arbeidstijden en de combinatie werk en gezin. Indicatoren zijn de afwezigheid van klachten en de betrokkenheid van de werknemers bij het opzetten van flexibele systemen. Daarnaast is het aan te moedigen dat bedrijven verder gaan dan de wettelijke verplichtingen inzake maatregelen die de combinatie tussen werk en gezin vergemakkelijken. Het is voor medewerkers niet altijd gemakkelijk om hun professioneel leven te combineren met een familiaal en sociaal leven. Het aantal overuren dat gepresteerd wordt kan wijzen op een personeelsbeheer dat hier geen of weinig rekening mee houdt.

Omschrijving	De mate waarin bij de organisatie van flexibele arbeidstijden rekening wordt gehouden met de noden en verwachtingen van de werknemers.
Indicator	Afwezigheid van klachten over systemen van flexibele organisatie.
Indicator	Betrokkenheid van werknemers bij de organisatie van flexibele systemen.
Omschrijving	De mate waarin het bedrijf maatregelen neemt om de combinatie tussen werk en gezin te vergemakkelijken.
Indicator	Aanwezigheid van diverse maatregelen die toelaten een evenwicht te vinden tussen werk en gezin en die verder gaan dan wat wettelijk verplicht is.
Indicator	De aanwezigheid van controverses over het aantal te presteren overuren

Thema I.5. Arbeidsomstandigheden

Aspect I.5.1. Veiligheid en gezondheid

Motivatie Een doordacht beleid rond veiligheid en gezondheid is noodzakelijk. Een veilige en gezonde werkomgeving beperkt het aantal en de ernst van arbeidsongevallen. De inspanningen kunnen worden aangetoond door de aanwezigheid van een formeel beleid op vlak van gezondheid, veiligheid en ergonomie. Ook het effectief opstarten van initiatieven rond veiligheid en gezondheid en de betrokkenheid van de werknemers hierbij zijn indicatoren.

Omschrijving	De mate waarin een onderneming belang hecht aan het veiligheids- en gezondheidsbeleid.
Indicator	Aanwezigheid van een formeel beleid op vlak van gezondheid, veiligheid en ergonomie.
Omschrijving	De mate waarin een onderneming inspanningen doet voor het creëren van veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.
Indicator	Aanwezigheid van initiatieven op het vlak van veiligheid en gezondheid (vorming, signalisatie van routes, organisatie van de parking,...).
Indicator	De betrokkenheid van werknemers bij initiatieven op het vlak van veiligheid en gezondheid (vb. aanwezigheid van werkgroepen).
Omschrijving	De mate waarin een onderneming erin slaagt het aantal en de ernst van de arbeidsongevallen te beperken.
Indicator	Het aantal arbeidsongevallen en de evolutie hiervan.

Aspect I.5.2. Arbeidsklimaat

Motivatie De werkdruk en het arbeidsklimaat zijn twee factoren die een belangrijke invloed hebben op het welzijn van de werknemers. Een beleid hierrond zal een positieve invloed hebben op het arbeidsverzuim. Initiatieven op vlak van mentale gezondheid en stress kunnen hier verbetering in brengen. De aanwezigheid van klachten over werkdruk en het gemiddelde verzuim en de evolutie ervan zijn eveneens bruikbare indicatoren.

Omschrijving **De mate waarin een onderneming zich inspant om het arbeidsklimaat te verbeteren en de werkdruk te beperken.**

Indicator Aanwezigheid van een formeel beleid en initiatieven op het vlak van mentale gezondheid en stress: stressbeheersing, reductie van werkdruk, levensstijlbegeleiding van werknemers, psychologische bijstand, preventie van verbaal geweld...

Indicator Geen of weinig klachten over de systemen van werkdruk.

Omschrijving **De mate waarin een onderneming erin slaagt arbeidsverzuim te beperken.**

Indicator Het gemiddelde verzuim en de evolutie hiervan.

Thema I.6. Arbeidsverhoudingen

Aspect I.6.1. Relaties met vakbonden

Motivatie Een goede relatie met de vakbondsvertegenwoordiging binnen het bedrijf is een uiting van een goed intern sociaal beleid.

Omschrijving **Verstandhouding met de vakbonden**

Indicator Samenwerking met de vakbonden

Indicator Functionering ondernemingsraad

Aspect I.6.1. Conflicten

Motivatie Sociale conflicten komen in veel bedrijven voor en het management kan er op verschillende manieren mee omgaan. Een positieve dialoog kan veel oplossen, wat een invloed heeft op het aantal, de ernst en de aard van de sociale conflicten en leidt tot duurzame arbeidsverhoudingen.

Omschrijving **De manier waarop een onderneming omgaat met sociale conflicten.**

Indicator Aantal, ernst en aard van sociale conflicten.

Indicator Wijze waarop sociale conflicten worden opgelost of voorkomen.

3. Extern sociaal beleid

Thema EX.1. Maatschappelijke impact

Aspect EX.1.1. Beleid

Motivatie Distributieketens hebben o.a. vanwege de centrale rol die ze spelen in de keten tussen producenten wereldwijd en consumenten een grote impact op de samenleving. Het is wenselijk dat het bedrijf inspanningen doet om deze impact een positieve invulling te geven.

Omschrijving	Mate waarin het bedrijf een positieve impact heeft op de kwaliteit van de samenleving wereldwijd.
Indicator	Steunen van maatschappelijke projecten
Indicator	Positieve impact (bv. betrokkenheid bij eerlijke handel, ontwikkeling van de lokale markt, kennisoverdracht).
Indicator	De afwezigheid van controverses rond negatieve impact op de samenleving.

Aspect EX.1.2. Producten

Motivatie Distributieketens kunnen door het aanbieden van specifieke producten een positieve sociale impact hebben, zowel op de lokale economie als op de economie in het zuiden. Het verkopen van lokale producten, bevordert de plaatselijke economie. Het verkopen van producten uit het Zuiden die onder sociaal verantwoorde omstandigheden tot stand kwamen, draagt bij tot de maatschappelijke ontwikkeling aldaar.

Omschrijving	Mate waarin het bedrijf de lokale economie stimuleert
Indicator	Aanbod, percentage en plaatsing van lokale producten. Lokale producten zijn producten afkomstig van Belgische land- en tuinbouwbedrijven of KMO's.
Indicator	Mate waarin het beleid lokale producenten bevoordeelt.
Omschrijving	Mate waarin het bedrijf via de verkoop van sociaal verantwoorde producten bijdraagt tot maatschappelijke ontwikkeling in het Zuiden.
Indicator	Aanbod, percentage, promotie en plaatsing van producten met sociale labels.

Thema EX.2. Communicatie

Aspect EX.2.1. Communicatie met maatschappelijke aandeelhouders

Motivatie Duurzaam ondernemende bedrijven erkennen hun impact op en hun belang voor belangrijke maatschappelijke aandeelhouders. Zij voeren dan ook een transparante communicatie en gaan in dialoog met hun stakeholders.

Omschrijving	De mate waarin het bedrijf transparant is tegenover de maatschappelijke aandeelhouders en in dialoog gaat met haar maatschappelijke aandeelhouders.
Indicator	Kwantiteit en kwaliteit van de communicatie met de maatschappelijke aandeelhouders.
Indicator	Aanwezigheid van een feed-back systeem, dat andere partijen ervan verzekert dat er effectief rekening wordt gehouden met hun inbreng.

Thema EX.3. Gezondheid

Aspect EX.3.1. Gezonde voeding

Motivatie Wanneer het om voeding gaat zijn gezondheidsaspecten een hot item in onze samenleving. Als belangrijke aanbieder van voedingsmiddelen wordt van een distributieketen verwacht dat zij haar verantwoordelijkheid ten aanzien van gezonde voeding opneemt. Het bedrijf dient gezonde voeding te promoten, gezonde producten aan te bieden en een voedselveiligheidsbeleid uit te voeren.

Omschrijving	De mate waarin gezonde voeding gepromoot wordt.
Indicator	Acties en publicaties rond gezonde voeding naar de consument toe.

Omschrijving	De mate waarin het bedrijf een beleid voert rond voedselveiligheid.
Indicator	Aanwezigheid van een beleidsplan rond voedselveiligheid.
Indicator	Voorwaarden voor leveranciers en onderaannemers rond voedselveiligheid in de lastenboeken.

4. Economisch beleid

Thema EC.1. Economisch potentieel

Aspect EC.1.1. Potentieel op het vlak van waardecreatie

Motivatie Een onderneming kan enkel een duurzaam beleid hebben indien het voortbestaan ervan verzekerd is. Dit kan door meerwaarde te creëren, die opnieuw in het bedrijf geïnvesteerd wordt. Er kan worden nagegaan hoeveel percent de operationele winst van de omzet is en hoeveel van de netto winst binnen de onderneming blijft.

Omschrijving	De mate waarin een onderneming haar voortbestaan verzekert door waarde te creëren.
Indicator	Operationele winst als % van de omzet en aandeel van de netto winst dat binnen de onderneming blijft (gemiddeld over de drie laatste jaren) (Ebitda/Ebit)

Aspect EC.1.2. Innovatief vermogen

Motivatie Een onderneming garandeert haar voortbestaan onder meer door innovatief te zijn. Dit kan door het ontwikkelen van een innovatiestrategie en door het aanstellen van een verantwoordelijke op managementniveau voor het implementeren ervan. De investeringen in onderzoek, ontwikkeling en milieu zijn eveneens indicatoren.

Omschrijving	De mate waarin een onderneming haar voortbestaan verzekert door haar innovatief vermogen.
Indicator	Aanwezigheid van een verantwoordelijke op managementniveau voor de implementatie van de innovatiestrategie.
Indicator	Aanwezigheid van een innovatiestrategie op productniveau.

Thema EC.2. Klanten

Aspect EC.2.1. Kwaliteitscontrole

Motivatie Een bedrijf dat kwaliteitsproducten aanbiedt zal een betere binding hebben met zijn klanten. De aanwezigheid van kwaliteitscertificaten en kwaliteitsmanagementsystemen zijn duidelijke indicatoren.

Omschrijving	De mate waarin een bedrijf in staat is om kwaliteitsproducten aan te bieden.
Indicator	De aanwezigheid van kwaliteitscertificaten (HACCP) en kwaliteitsmanagementsystemen
Indicator	Eigen controlesysteem
Indicator	Aandacht voor de traceerbaarheid van de productieketen

Aspect EC.2.2. Klanten: communicatie & informatie

Motivatie Een duurzame relatie van het bedrijf met de klanten kan via verschillende communicatiekanalen worden bevorderd. Er kan een dialoog worden opgezet met de klanten zodat er met hun mening rekening kan worden gehouden. Ook het verschaffen van kwalitatieve productinformatie in de winkels kan klanten beïnvloeden.

Omschrijving	De mate waarin een bedrijf aandacht besteedt aan de relatie met klanten.
Indicator	Aanwezigheid van instrumenten om een dialoog met klanten op te zetten: klanten kunnen aangezet worden hun mening over het bedrijf en de producten te uiten: klachten management, tevredenheidsonderzoeken...

Omschrijving	De mate waarin een bedrijf productinformatie geeft aan haar klanten.
Indicator	Aanwezigheid van productinformatie in de winkels.
Indicator	Kwaliteit van de productinformatie die aan de klanten wordt gegeven (diversiteit en thema's).

Thema EC.3. Aandeelhouders / Corporate Governance

Aspect EC.3.1. Algemene Aandeelhoudersvergadering

Motivatie Een verantwoorde distributieketen houdt rekening met zijn aandeelhouders en niet alleen met de belangrijkste. De manier waarop de Algemene Aandeelhoudersvergadering georganiseerd is, schetst een beeld over de mate waarin alle aandeelhouders aan bod kunnen komen.

Omschrijving	De mate waarin alle aandeelhouders aan bod komen op de Algemene Aandeelhoudersvergadering
Indicator	De organisatie van de Algemene Aandeelhoudersvergadering

Aspect EC.3.2. Rapportering

Motivatie Een kwalitatieve financiële informatie en rapportering over Corporate Governance die tijdig ter beschikking wordt gesteld aan alle aandeelhouders geeft hen de kans te reageren indien het bedrijf een door hen ongewenste koers vaart.

Omschrijving	De mate waarin alle aandeelhouders tijdig beschikken over alle relevante informatie
Indicator	Kwaliteit van de financiële informatie en rapportering over Corporate Governance

Thema EC.4. Leveranciers en onderaannemers

Aspect EC.4.1. Duurzame relaties met leveranciers & onderaannemers

Motivatie Het nastreven van duurzame relaties met alle leveranciers en onderaannemers zal hun werksituatie aanzienlijk verbeteren. Het bedrijf kan een politiek ontwikkelen die de relaties met de onderaannemers en leveranciers regelt en hiervoor een verantwoordelijke op beleidsniveau aanstellen. Een transparante communicatie over de arbeidsvoorwaarden en de afwezigheid van controverses over problemen met handelsrelaties zijn hier eveneens indicatoren.

Omschrijving	De mate waarin een bedrijf duurzame handelsrelaties nastreeft met alle leveranciers en onderaannemers.
Indicator	Bestaan van een politiek die de relaties met de onderaannemers en leveranciers regelt.
Indicator	Aanwezigheid van een verantwoordelijke op beleidsniveau voor het implementeren van deze politiek.
Indicator	Afwezigheid van controverses over problemen met handelsrelaties.

Aspect EC.4.2. Correcte prijszetting

Motivatie Een correcte prijszetting is essentieel voor een duurzaam beleid binnen de productieketen. Indien het de onderaannemers aan middelen ontbreekt zullen zij moeilijk zelf een duurzaam beleid kunnen opbouwen. Controverses rond te lage aankooprijzen voor producten van leveranciers en onderaannemers zijn ongewenst. Ook correcte verkoopprijzen zijn gewenst. De waarde van het product moet immers voor de consument in de prijs zichtbaar blijven.

Omschrijving	Sociaal-economisch correcte aankooprijzen tussen de distributie en de leveranciers/onderaannemers.
Indicator	Afwezigheid van controverses rond te lage aankooprijzen voor producten van leveranciers en onderaannemers
Indicator	Afwezigheid van controverses rond te lage verkoopprijzen aan de consument.
Indicator	Afwezigheid van dumpingrijzen, zowel wat aankoop- als verkoopprijzen betreft.

Aspect EC.4.3. Maatschappelijke voorwaarden opgelegd aan leveranciers en onderaannemers

Motivatie Het bedrijf kan degelijke sociale voorwaarden opleggen aan zijn leveranciers en onderaannemers door het hanteren van sociale, milieu en andere maatschappelijke voorwaarden binnen de toeleveringsketen van eigen producten. Dit kan bijvoorbeeld opgelegd worden door contracten of gedragscodes. Een controlesysteem kan deze politiek versterken. De sociale voorwaarden baseren zich bij voorkeur op internationaal erkende normen of eerlijke handelsstandaarden (IAO, mensenrechten,...).

Omschrijving	De mate waarin een onderneming inspanningen levert om degelijke sociale en arbeidsvoorwaarden binnen de toeleveringsketen van eigen producten te garanderen.
Indicator	Voorwaarden gesteld aan leveranciers en onderaannemers in contracten of door het opstellen van een gedragscode gebaseerd op internationaal erkende normen of eerlijke handelsstandaarden (IAO, mensenrechten,...) voor de eigen merken.
Indicator	Het naleven van de sociale voorwaarden bij leveranciers en onderaannemers wordt gecontroleerd voor de eigen merken.
Omschrijving	De mate waarin een onderneming inspanningen levert om de milieu-impact van de toeleveringsketen van eigen producten te verminderen.
Indicator	Milieuvoorwaarden (afval, energie, emissies,...) opgelegd aan leveranciers en onderaannemers in contracten of lastenboeken of door gedragscode's voor eigen merken.
Indicator	Het naleven van de milieuvoorwaarden bij leveranciers en onderaannemers wordt gecontroleerd voor de eigen merken.