

MVO
VLAANDEREN

MVO Vlaanderen
Koning Albert-II laan 35
1030 Brussel
info@mvovlaanderen.be

www.commotie.be

koploper

MVO-opleidingen en
-masterclasses op maat van
sectorverenigingen, netwerken
en middenveldorganisaties

oktober 2019

live

MVO
VLAANDEREN



Vlaanderen
is duurzaam ondernemen



Na het magazine 'koploper' biedt MVO Vlaanderen nu ook 'koploper Live' aan: een breed aanbod aan MVO-opleidingen en -masterclasses. Experten op het vlak van MVO, schouder aan schouder met Belgische koplopers. Paten je bij over MVO-strategie en -communicatie, duurzaam ketenbeheer, circulaire economie...

De vorm kies je zelf. Een masterclass? Een compacte workshop? Een programma op maat? Alles kan. En uiteraard staat vragen vrij!

MVO IS TOEKOMSTBEPALEND.

MVO ontptote zich het voorbije decennium tot een absolute noodzaak voor organisaties die willen (over)leven. Dat toekomstbepalende aspect van MVO treedt alsmaar sterker naar voor. Het schoorvoetende is een gezwindde tred geworden. De angst voor de geitenwollen-sokkenstatus maakte plaats voor het besef van het concurrentievoordeel.

MVO raakt echter niet druk-op-de-knop-gewijs geïntegreerd in de bedrijfsvoering. Je krijgt bijvoorbeeld je aankoopafdeling niet, zomaar over op duurzaam, circulaïr aankopen. En hoe neem je MVO mee in marketing en communicaïe? Of wat moet je je voorstellen bij een MVO-businessplan?

OPLEIDING ALS ANTWOORD

Opleiding biedt een antwoord op al die vragen. Om die nood te lenigen, stelde MVO Vlaanderen in samenwerking met Antwerp Management School en Sustenuto een aanbod aan MVO-opleidingen en -masterclasses samen.

Dat doopten we 'koploper Live'. In de mate van het mogelijke zullen medewerkers van de voorbeeldorganisaties - de koplopers - hun MVO-aanpak immers persoonlijk komen toelichten tijdens de opleiding. Zit hun agenda in de weg, dan nemen de betrokken experts in die rol over. Zo blijven theorie en praktijk in evenwicht.

WELKE OPLEIDINGEN?

Volgende thema's komen aan bod:

- de basis van MVO in 1 dag;
- MVO en de medewerkers;
- het MVO-business plan;
- hoe duurzaam aankopen?
- MVO in marketing en communicatie;
- sociale innovatie;
- de vierde P: partnerships;
- de theorie en praktijk van de circulaire economie.

Ook opleidingen op maat zijn mogelijk voor die specifieke MVO-opleidingen die niet aan bod komen in het koploper Live-basispakket.

KORTE BESCHRIJVING

Wat is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen? Waarom is MVO van belang voor bedrijven en organisaties? Welke voordelen heeft MVO voor jouw onderneming? Hoe ga je concreet met MVO aan de slag? Welke raakvlakken zijn er tussen MVO en de verschillende bedrijfssonderdelen? Wat is de rol van MVO in de bedrijfsstrategie? Wat is de relatie met de Sustainable Development Goals (SDGs)?

'MVO in 1 dag' biedt je informatie en inspiratie. Je leert de knepen van het vak en maakt kennis met de achtergronden en bijzonderheden. De cursus zoomt in op de rol van de stakeholders in MVO en legt de basis om te kunnen rapporteren over MVO. Naast achtergronden en actuele inzichten, krijg je tijdens deze workshop diverse praktijkmodellen om direct met MVO aan de slag te kunnen gaan.

LEERDOELEN

- Basiskennis opdoen over MVO die in de praktijk toegepast kan worden.
- De relatie leggen tussen MVO en de diverse bedrijfssonderdelen.
- Het formuleren van een bedrijfspecifieke invulling van MVO.
- Inzicht krijgen in stakeholdermanagement.



Tijd	Onderdeel	Tijd	Onderdeel
9.00 - 9.15	MVO algemeen	10.30 - 10.45	Werkvorm met deelnemers
9.15 - 9.25	Definitie en begrippenkader van MVO	10.45 - 10.55	Bespreking van vragen, zoals: Wat betekent MVO voor jou? Wat is de noodzaak voor jou om aan MVO te (willen) doen? Welke MVO-acties neem je reeds? Wat levert MVO mijn bedrijf (potentieel) op?
9.25 - 9.45	MVO in België	10.55 - 11.00	Plenaire terugkoppeling
9.45 - 10.00	Motivaties voor en voordelen van MVO		Bevindingen van deelnemers
10.00 - 10.10	Prioritaire thema's		Afsluiting
10.10 - 10.30	Stand van zaken bedrijfsleven en overheid		Hoe nu verder?
10.30 - 10.45	MVO in de sector		
10.45 - 10.00	Betekenis voor jouw sector en de relatie MVO en sectorontwikkelingen		
10.00 - 10.10	MVO concreet maken		
10.10 - 10.30	Initiatieven vanuit de sector (sectororganisaties, bedrijven)		
	Het belang van een bedrijfsseigen invulling van MVO		
	Welke MVO-acties kan ik altijd nemen? (bijvoorbeeld: inkoop, energie, afval, goede doelen,...)		
	Eerste stappen naar een MVO-beleid		
	Case uit sector (presentatie door ondernemer of sectororganisatie)		
	MVO in de praktijk		
	Geleerde lessen en tips		

Fiche Maatwerk Sector Specifiek (duur: 2 uur)

DOELSTELLINGEN

Doelstellingen van deze sessie zijn om deelnemers op weg te helpen en te inspireren op het gebied van MVO door hen:

- Bekend te maken met het begrip MVO en het begrippenkader daaromheen;
- Te laten zien welke redenen er zijn om aan MVO te doen en wat MVO kan opleveren;
- De relevantie en actuele ontwikkelingen op het gebied van MVO in België én in de sector van de deelnemers aan te geven;
- Duidelijk te maken welke (eenvoudige) MVO-acties je kunt nemen;
- Te laten zien hoe MVO in de bedrijfspraktijk vorm kan krijgen en wat het kan opleveren;
- Tips en suggesties te geven voor het invulling geven aan MVO in hun bedrijf;
- Met elkaar in gesprek te laten gaan over MVO.

16

MVO en jouw medewerkers

DOELGROEP

MVO-verantwoordelijken, HR-verantwoordelijken, strategische functies

KORTE BESCHRIJVING

Je kan niet aan MVO werken in jouw onderneming, zonder er jouw medewerkers bij te betrekken.

Jullie moeten samen aan de slag om de MVO-doelstellingen te realiseren en om dit binnen de eigen organisatie en voor de buitenwereld op een geloofwaardige manier te doen. Hoe gaat Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen leven in een organisatie? Wat zijn de succesfactoren om medewerkers te betrekken bij MVO? Wat kunnen jullie er samen mee bereiken? Kunnen MVO en bedrijfseconomische doelstellingen hand in hand gaan? Speelt de cultuur in een onderneming daarbij een rol?

In deze masterclass leer je niet alleen waarom het belangrijk is om medewerkers bij MVO te betrekken, maar ook hoe je dat doet. Je krijgt achtergronden, actuele inzichten en diverse praktijkmodellen waarmee je MVO kan implementeren en een draagvlak voor MVO kan creëren in je onderneming of organisatie.

LEERDOELEN

- Inzicht krijgen in het belang van draagvlak voor MVO-beleid.
- Informatie krijgen en kennis opdoen over hoe je stapsgewijs MVO kan introduceren, implementeren en doen leven bij je medewerkers.
- Het opstellen van een stappenplan om medewerkersbetrokkenheid te creëren.

CASES

Torfs, VDAB, DNS Belgium

5

KORTE BESCHRIJVING

Als ondernemer denk je na over de toekomst van je bedrijf en maak je plannen. Heel vaak zet je die ook op papier in een ondernemingsplan.

Ook voor MVO een businessplan schrijven, biedt een meerwaarde. Brainstormen over MVO, acties uitdenken, plannen en implementeren.... kan nog betere resultaten opleveren, als je jouw strategie neerpenet en omzet in een plan, met concrete doelstellingen. "Met een beperkte extra inzet, meer resultaat", dat is het streefdoel.

In deze masterclass leer je over en werk je concreet aan een businessplan voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen binnen jouw bedrijf. Je formuleert hoe je in jouw onderneming MVO (en de Sustainable Development Goals) zal invullen en bekijkt de haalbaarheid ervan. Je identificeert en typeert jouw stakeholders. Je stelt een stappenplan op voor het bepalen van je doelen en je prioriteiten, hoe je zal meten en weten, hoe je medewerkers-betrokkenheid kan creëren.... We geven tips voor hoe je succesvol over jouw MVO-aanpak kan communiceren. Heel concreet en praktisch, zodat je met een werkbaar MVO-businessplan jouw slaagkans kan vergroten.

LEERDOELEN

- Inzicht krijgen in de verschillende onderdelen van een MVO-businessplan.
- Het opstellen van een (basis) MVO-businessplan.
- Het leren inzetten van communicatie om jouw MVO-doelen te bereiken.

CASES

Spadel, Lidl

Tijd	Onderdeel	Tijd	Onderdeel
9.00 - 9.20	Basis voor het MVO-businessplan: het MVO-begrip en kader	13.30 - 14.15	Module 3: Implementatie van MVO
9.20 - 9.35	Van People, Planet, Profit tot de Sustainable Development Goals	14.15 - 14.30	De MVO-verantwoordelijkheidsstructuur
9.35 - 9.45	Interne en externe stakeholders	14.30 - 14.30	De MVO-verantwoordelijkheidsstructuur
9.45 - 10.00	Motiveer voor MVO	14.30 - 15.15	Monitoring en evaluatie van MVO
9.35 - 9.45	Een bedrijfsreizen invulling van MVO	14.30 - 15.15	Werkvorm: MVO-projecten voor mijn bedrijf
9.20 - 9.35	Werkvorm: De invulling van MVO voor uw organisatie	15.15 - 15.30	Module 4: Interne marketing en communicatie van MVO
9.35 - 9.45	Plenaire terugkoppeling werkvorm	15.15 - 15.30	Draagvlak creëren onder medewerkers
9.45 - 10.00	Het MVO-businessplan in een notendop	15.30 - 16.00	Draagvlak creëren bij het management
10.00 - 10.45	Functies van een MVO-businessplan	16.00 - 16.45	Werkvorm: Draagvlak creëren
10.45 - 11.00	De structuur van een MVO-businessplan in vijf modules	16.00 - 16.45	Module 5: Externe marketing en communicatie van MVO
11.00 - 11.30	Tips voor het samenstellen van een MVO-werkgroep	16.45 - 17.00	Draagvlak creëren onder stakeholders
11.30 - 12.15	Module 1: Het formuleren van MVO-doelstellingen	16.45 - 17.00	MVO-productcommunicatie: inhoud en vormen
12.15 - 12.30	De 'Sustainability SWOT'	17.00 - 17.30	MVO-bedrijfscommunicatie: inhoud en vormen
12.30 - 13.30	Zoeken naar fit tussen MVO en bedrijfsstrategie en -doelstellingen		Greenwashing (en hoe je dat voorkomt)
	Van doelstellingen naar KPI's		Werkvorm: Extern communiceren over MVO
	Werkvorm: De 'Sustainability SWOT'		Afsluiting
	Module 2: Het opstellen van een stakeholderkaart		Tips & tricks voor een succesvol MVO-businessplan
	Het identificeren van stakeholders		Hoe nu verder?
	Het consulteren van stakeholders		
	Relaties met stakeholders onderhouden		
	Werkvorm: De stakeholderkaart		
	Paوزه (lunch)		

Fiche Businessplan, Marketing en Communicatie (duur: één dag)

DOELSTELLINGEN

Doelstellingen van deze sessie zijn om deelnemers op weg te helpen bij het formuleren van een MVO-businessplan en bij de marketing en communicatie over MVO, door hen:

- De functie en structuur van een MVO-businessplan duidelijk te maken;
- Bekend te laten raken met de vijf modules van een MVO-businessplan:
 - Het formuleren van MVO-doelstellingen;
 - Het opstellen van een stakeholderkaart;
 - De implementatie van MVO;
 - De interne marketing en communicatie van MVO;
 - De externe marketing en communicatie van MVO.
- Uit te dagen om te experimenteren met onderdelen van een MVO-businessplan;
- Onderscheid te laten maken tussen interne en externe MVO-marketing en -communicatie;
- Mogelijkheden voor MVO-marketing en -communicatie op productniveau en -bedrijfsniveau aan te reiken;
- Tips en suggesties te geven en met elkaar in gesprek te laten gaan over het opstellen van een MVO-businessplan en over MVO-marketing en -communicatie.

14

Hoe duurzaam aankopen?

DOELGROEP

Aankoopverantwoordelijken

KORTE BESCHRIJVING

Een duurzaam aankoopbeleid kan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in jouw onderneming mee vormgeven.

We zoomen in op hoe dit kan en waarmee je rekening moet houden in je eigen MVO-aankoopbeleid. De masterclass start met een overzicht van de beleidsinitiatieven en welke opportuniteiten dit geeft voor bedrijven, zowel nationaal als internationaal. Daarna focussen we op hoe je concreet een duurzaam aankoopbeleid kan opstellen en implementeren in jouw onderneming.

LEERDOELEN

- Leren welke rol duurzaam aankopen in je totale MVO-beleid kan spelen.
- Je kan de verschillende manieren van duurzaam aankopen met elkaar vergelijken.
- Je detecteert de aspecten die voor het duurzaam aankoopbeleid van jouw organisatie relevant zijn.
- Je stelt de basis op voor een duurzaam aankoopbeleid in jouw bedrijf.

CASES

**Stad Gent, FIDO, Het Facilitair Bedrijf,
Van Bavel Business Gifts**

7

MVO in marketing en communicatie

DOELGROEP

MVO-verantwoordelijken, Communicatie- en Marketingverantwoordelijken

KORTE BESCHRIJVING

Jouw onderneming is al volop bezig met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, maar je communiceert er (te) weinig over. Je vraagt je soms af of MVO in jouw onderneming (genoeg) rendeert.

Communiceren over en inzetten van MVO voor de verkoop van jouw diensten en/of producten kan wel degelijk je bedrijfsresultaten een boost geven. In deze masterclass leer je hoe je MVO kunt integreren in de marketing- en communicatie-inspanningen van jouw bedrijf. Een eerste stap is weten welke soort waarde je met MVO creëert. Als je weet hoe jouw klanten/consumenten naar MVO kijken, kun je daaruit afleiden welke MVO-inspanningen van waarde je kunt maken voor jouw klanten. Je leert bepalen welke boodschap je precies zult brengen, hoe en via welke kanalen je over MVO kunt communiceren zonder aan "greenwashing" te doen. We geven je ook tips en advies voor de communicatie over MVO met je klanten, leveranciers, de buurtbewoners.... kortom, je stakeholders.

LEERDOELEN

- Inzicht krijgen in de rol van marketing en communicatie bij MVO.
- Zicht krijgen op de waarde die klanten en andere stakeholders (kunnen) ervaren door MVO.
- Het identificeren van geschikte communicatiekanalen en bijbehorende boodschappen over MVO.
- Inzicht krijgen in wanneer marketing en communicatie over MVO 'greenwashing' is en wat de risico's daarvan zijn.

CASES Ikea en Ecover

8

NOTA'S

KORTE BESCHRIJVING

Voor kleine en middelgrote ondernemingen en voor organisaties is een duurzaamheidsbeleid geen eenvoudig gegeven. Ze hebben er weinig tijd voor, er is niet voldoende interne expertise en het is niet duidelijk welke duurzaamheidsthema's men best eerst kan aanpakken. Een gebruiksvriendelijke no-nonsense methode was er tot nog toe niet.

De Sustatool is een duurzaamheidsmanagementtool die ontwikkeld werd in opdracht van de Vlaamse overheid door Prof. dr. Hans Verboven.

De structuur en invulling zijn gebaseerd op academisch onderzoek, managementliteratuur, goede praktijken en een uitgebreide eigen testing.

LEERDOELEN

- De Sustatool is gebaseerd op een systeem van continue verbetering waarbij men:
 - 1) kijkt wat men al doet en wat anderen doen;
 - 2) inzet op wat men beter wil doen;
 - 3) acties kiest uit een optielijst per thema en met voorbeelden;
 - 4) deze acties koppelt aan doelstellingen en een projectplanning en -uitvoering en tenslotte;
 - 5) een controle doet of de doelstellingen bereikt werden.

CASES

Willems, Universitas, projecten uit de MVO-oproep 2018 'MVO met de Sustatool'

12

Sociale innovatie: impact voor bedrijf en samenleving

DOELGROEP

MVO-verantwoordelijken, strategische functies

KORTE BESCHRIJVING

Bij 'innovatie' denk je al snel aan technologische vernieuwing. Sociale innovatie is net iets anders, al kan technologische innovatie soms handig zijn om sociale innovatie te ondersteunen.

Sociale innovatie gaat over de sociale aspecten in je onderneming en over waarden. Een vernieuwende aanpak kan leiden tot een meerwaarde voor het bedrijf en voor de samenleving; bijvoorbeeld een nieuw soort communicatie met medewerkers die het moeilijk hebben om een job te vinden en/of die vol te kunnen houden. In deze masterclass wordt aan meerdere vormen van sociale innovatie aandacht besteed en werken deelnemers aan ideeën op het gebied van sociale innovatie voor hun eigen bedrijf.

LEERDOELEN

- Begrijpen wat sociale innovatie is en welke vormen van sociale innovatie te onderscheiden zijn.
- Duidelijk krijgen wat de meerwaarde van diverse soorten sociale innovatie voor jouw bedrijf en de samenleving is.
- Bepalen welke manieren van sociale innovatie bij jouw bedrijf passen en welke voordelen dit met zich meebrengt.

CASES

Sociale Innovatiefabriek, Levanto en I-Propellor

9

De vierde P: Partnerships voor People, Planet, Profit

DOELGROEP

MVO-verantwoordelijken, strategische functies, HR

KORTE BESCHRIJVING

MVO vindt niet plaats op een eiland. Sterker nog, het floreert wanneer bedrijven zich engageren met hun maatschappelijke omgeving en stakeholders.

Om succesvol aan MVO te doen, moet je dus samenwerken. We zien dit ook bij de Sustainable Development Goals, waar partnerschappen een centrale rol hebben. Via samenwerking tussen bedrijven, maatschappelijke organisaties, burgers en overheden kan MVO en duurzaamheid worden gerealiseerd. In deze masterclass leren deelnemers over het belang van partnerschappen om MVO-doelstellingen te realiseren en de kansen en risico's die samenwerking met zich meebrengt.

LEERDOELEN

- Inzicht krijgen in het belang van partnerschappen met directe en indirecte stakeholders, voor het realiseren van MVO.
- Zicht krijgen op de voordelen van partnerschappen en de risico's ervan.
- Identificeren van mogelijk geschikte MVO-partnerschappen voor jouw bedrijf en het type relatie dat jouw bedrijf met de partner wil aangaan.

KORTE BESCHRIJVING

Hoewel hergebruik een belangrijk onderdeel van de circulaire economie is, gaat het veel verder dan dat. Circulaire economie begint al bij het productontwerp.

In de circulaire economie bekijken we de dingen helemaal anders, dan dit nu meestal het geval is. Het gaat bijvoorbeeld over 'product als een dienst'-bedrijfsmodellen, waarbij eigendom wordt vervangen door gebruik. Dat vraagt om heel andere manieren van werken, van samenwerking in de keten tot marketing en communicatie. In deze masterclass wordt de circulaire economie in theorie en praktisch uitgediept, waarbij deelnemers worden uitgedaagd na te denken over allerlei circulaire toepassingen voor hun bedrijf en de praktische implicaties daarvan.

LEERDOELEN

- Zicht krijgen op wat de circulaire economie is en welke vormen van circulaire ondernemen er te onderscheiden zijn.
- Inzicht krijgen in andere vormen van waarde-creatie en bedrijfsmodellen die zijn gebaseerd op circulariteit.
- Identificeren van de kansen die de circulaire economie biedt voor jouw bedrijf en de praktische consequenties daarvan.

CASES

Desso, Vlaanderen Circulair, C2C Platform