

MVO
VLAANDEREN

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

www.commotie.be

koploper

oktober 2019

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

live

MVO
VLAANDEREN



Vlaanderen
is duurzaam ondernemen



koploper live

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, praten 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 ontpopte zich het voorbije decennium tot een absolute noodzaak voor organisaties die willen (over)leven. Dat toekomstbepalende aspect van MVO treedt alsmat sterker naar voor. Het schoorvoetende is een gezwinde 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, circulair aankopen. En hoe neem je MVO mee in marketing en communicatie? Of wat moet je je voorstellen bij een MVO-businessplan?

DOELPUBLIJK

Koploper Live richt zich binnen profit zowel als non-profit organisaties tot:

- het management;
- MVO-verantwoordelijken;
- HR-verantwoordelijken;
- aankoopverantwoordelijken;
- marketing- en communicatie-verantwoordelijken;
- in het algemeen elke medewerker met een strategische functie binnen de organisatie.

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 die rol over. Zo blijven theorie en praktijk in evenwicht.

WIE ORGANISEERT?

Het initiatief om van Koploper Live gebruik te maken, ligt **bij de sector-, werkgevers- en werknemersorganisaties, ledennetwerken, ngo's, koepelverenigingen,...** Zij zorgen ook voor de locatie, de catering en de financiële kant van de zaak. Dit alles in een 'open' vorm zodat ook niet-leden kunnen deelnemen.

MVO Vlaanderen zorgt in overleg voor de praktische inplanning van de sprekers en voor communicatie (zie verder).

Wie gebruik wil maken van Koploper Live, kan ons contacteren voor verdere toelichting of om meteen praktische afspraken te maken.

WELKE OPLEIDINGEN?

Koploper Live omvat zowel kortlopende opleidingen als meerdaagse masterclasses.

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-opleidingsnoden die niet aan bod komen in het Koploper Live-basispakket.

2

COMMUNICATIE

MVO Vlaanderen neemt elke opleiding op **in de online agenda**, bericht erover in zijn **nieuwsbrief** en zorgt ook voor **direct mailings**. We rekenen uiteraard ook op communicatie via de kanalen van de betrokken initiatiefnemers.

Op de webpagina van Koploper Live vind je ook **een overzicht van de experten-sprekers** met een beschrijving van het MVO-domein dat ze bestrijken, hun voorkeur qua omvang van de op te leiden groep en hun vergoeding (en of die al of niet naar een goed doel gaat).

Wil je regelmatig de Koploper Live digitale nieuwsbrief ontvangen?

Mail dan je voornaam, naam, e-mailadres, functie en de naam van de organisatie waarvoor je werkt naar info@mvovlaanderen.be.

Onze contactgegevens

MVO Vlaanderen
Koning Albert-II laan 35
1030 Brussel
T. 02 553 06 22
info@mvovlaanderen.be

3

MVO in één dag

DOELGROEP

Managementfuncties,
MVO-verantwoordelijken

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 (SDG's)?

'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 bedrijfsspecifieke invulling van MVO.
- Inzicht krijgen in stakeholdermanagement.

CASES

MVO Vlaanderen

4

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

Het MVO-businessplan

DOELGROEP

Strategisch verantwoordelijken,
MVO-verantwoordelijken

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 medewerkersbetrokkenheid 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 slaagkansen 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

6

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 ook 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

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.

CASES

Ecopuur en BBL, Exki en Permafungi

10

De theorie en praktijk van circulaire economie

DOELGROEP

MVO-verantwoordelijken, Strategische functies

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 bekijk je 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 praktijk 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 circulair ondernemen er te onderscheiden zijn.
- Inzicht krijgen in andere vormen van waardecreatie 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

11

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

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

15

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

| Tijd | Onderdeel | Tijd | Onderdeel |
|---------------|---|---------------|---|
| 9.00 - 9.15 | MVO algemeen Definitie en begrippenkader van MVO Motivaties voor en voordelen van MVO | 10.30 - 10.45 | Werkvorm met deelnemers 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? |
| 9.15 - 9.25 | MVO in België Prioritaire thema's Stand van zaken bedrijfsleven en overheid | 10.45 - 10.55 | Plenaire terugkoppeling Bevindingen van deelnemers |
| 9.25 - 9.45 | MVO in de sector Betekenis voor jouw sector en de relatie MVO en sectorontwikkelingen Initiatieven vanuit de sector (sectororganisaties, bedrijven) | 10.55 - 11.00 | Afsluiting Hoe nu verder? |
| 9.45 - 10.00 | MVO concreet maken Het belang van een bedrijfseigen invulling van MVO Welke MVO-acties kan ik altijd nemen? (bijvoorbeeld: inkoop, energie, afval, goede doelen,...) Eerste stappen naar een MVO-beleid | | |
| 10.00 - 10.10 | Pauze | | |
| 10.10 - 10.30 | Case uit sector (presentatie door ondernemer of sectororganisatie) MVO in de praktijk Geleerde lessen en tips | | |

17

