



MVO JAARVERSLAG

2018 - 2019



MOONEN
packaging

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD GÉ MOONEN	2
BEDRIJFSPROFIEL	4
Waardes van Moonen Packaging	5
De organisatiestructuur	6
Onze medewerkers	7
Bedrijfs- en MVO strategie	8
SWOT	8
Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen	9
Stakeholders en materialiteitsanalyse	11
3.1 Stakeholders	11
3.2 Materialiteitsanalyse	12
Thema's en doelstellingen	13
SDG 12. Duurzame consumptie en productie	13
SDG 13. Klimaatverandering aanpakken	15
SDG 14. Bescherming van zeeën en oceanen	16
Resultaten 2018 - 2019	18
MVO-prestatieladder 4	18
Lean & Green programma	18
Plastic scan	19
Zero Waste	20
Stack-it	20
In de regio	21
In de media	22
Sponsoring / Goede doelen	23
Verslaggevingsprincipes	24
Colofon	25
GRI Content Index	26
Bijlagen	29
Stakeholdersdialoog	29

VOORWOORD GÉ MOONEN

Voor je ligt het Moonen Packaging¹ MVO-jaarverslag 2018-2019. Met trots kijken we terug op het afgelopen jaar. In dit jaarverslag lees je de resultaten die we in 2018 hebben geboekt en de nieuwe doelen die wij in de komende jaren willen behalen.

Een van de hoogtepunten uit 2018 is het behalen van onze derde Lean&Green ster. Wij behaalden hiermee een aanvullende norm van 5% CO2-reductie. Naast deze mijlpaal hebben wij ook wederom de MVO prestatieladder niveau 4 behaald. Begin dit jaar zijn we aangesloten op de corridor Rzepin (Polen) - Tilburg en daardoor hebben we op dat transport onze CO2 uitstoot met 41% weten te verlagen.

Wij willen een continue inspiratiebron zijn voor klanten, leveranciers en consumenten, door te laten zien dat groen ondernemen écht loont. Dat vertellen we regelmatig op verschillende beurzen, seminars, congressen en aan scholen. Kennis delen is wat ons betreft essentieel om tot een circulaire economie te komen.

De zorg om onze planeet zit in ons bloed. Als klanten bij ons op bezoek komen, raken ze geïnspireerd door de initiatieven die wij nemen om zo duurzaam mogelijk te ondernemen. Als duurzame ketenregisseur werken wij samen met klanten en leveranciers om tot de meest passende oplossingen te komen, met liefde voor de planeet.

In 2018 lag de nadruk op het verminderen van onze CO2-uitstoot. Ook dit jaar gaan wij hard aan de slag om onze CO2-uitstoot verder te reduceren. Zo starten we in 2019 met de eerste leveringen per trein. Daarnaast staat onze Big Hairy Audacious Goal (BHAG) weer centraal:

**“50% van onze klanten koopt in 2020 verpakkingen uit
hernieuwbare grondstoffen.”**

Wij blijven ons inzetten om ons verder te ontwikkelen tot de duurzaamste verpakkingsspecialist.



Want wij gaan voor meer dan tevreden klanten, door áltijd de extra stap te zetten, met liefde voor de planeet.

Gé Moonen, CEO Moonen Packaging

¹ Moonen Packaging is de handelsnaam van Packagegroep Moonen B.V. In dit verslag wordt de handelsnaam Moonen Packaging aangehouden.

1 BEDRIJFSPROFIEL

In 1955 is Moonen Packaging opgericht en met passie en ambitie is het bedrijf uitgegroeid tot een innovatieve verpakkingsspecialist. Als ketenregisseur hanteren wij een duurzaam verpakkingbeleid. Wij denken mee in ontwerp, beheer en distributie van food- en non-food verpakkingen, verpakkingsmaterialen, hygiëneproducten en disposables. Inmiddels hebben wij meer dan 10.000 artikelen in ons assortiment. Wij gaan voor een waardevolle samenwerking met onze klanten. We denken proactief en zijn continu op zoek naar oplossingen die innovatief én duurzaam zijn.

Al meer dan 15 jaar ligt de focus op groen en respectvol omgaan met de planeet. In Europa zijn we koploper in composteerbare verpakkingen, op basis van hernieuwbare grondstoffen. Wie met ons werkt, merkt dat besparen niet minder is maar juist meer! Spreek uw ambitie uit en laat ons samen besparen. Op uw factuur én de natuur.

Sinds juli 2018 maken wij onderdeel uit van de OptiGroup. De Zweedse OptiGroup is een leverancier van diverse B2B gebruiksartikelen, met een sterke focus op Noord- en Midden-Europa. Ze zijn met diverse private labels actief in 19 landen. Dankzij de overname kan Moonen Packaging sneller groeien en gebruik maken van innovatieve en duurzame oplossingen binnen en buiten de groep. Meer info: <https://www.optigroup.com>

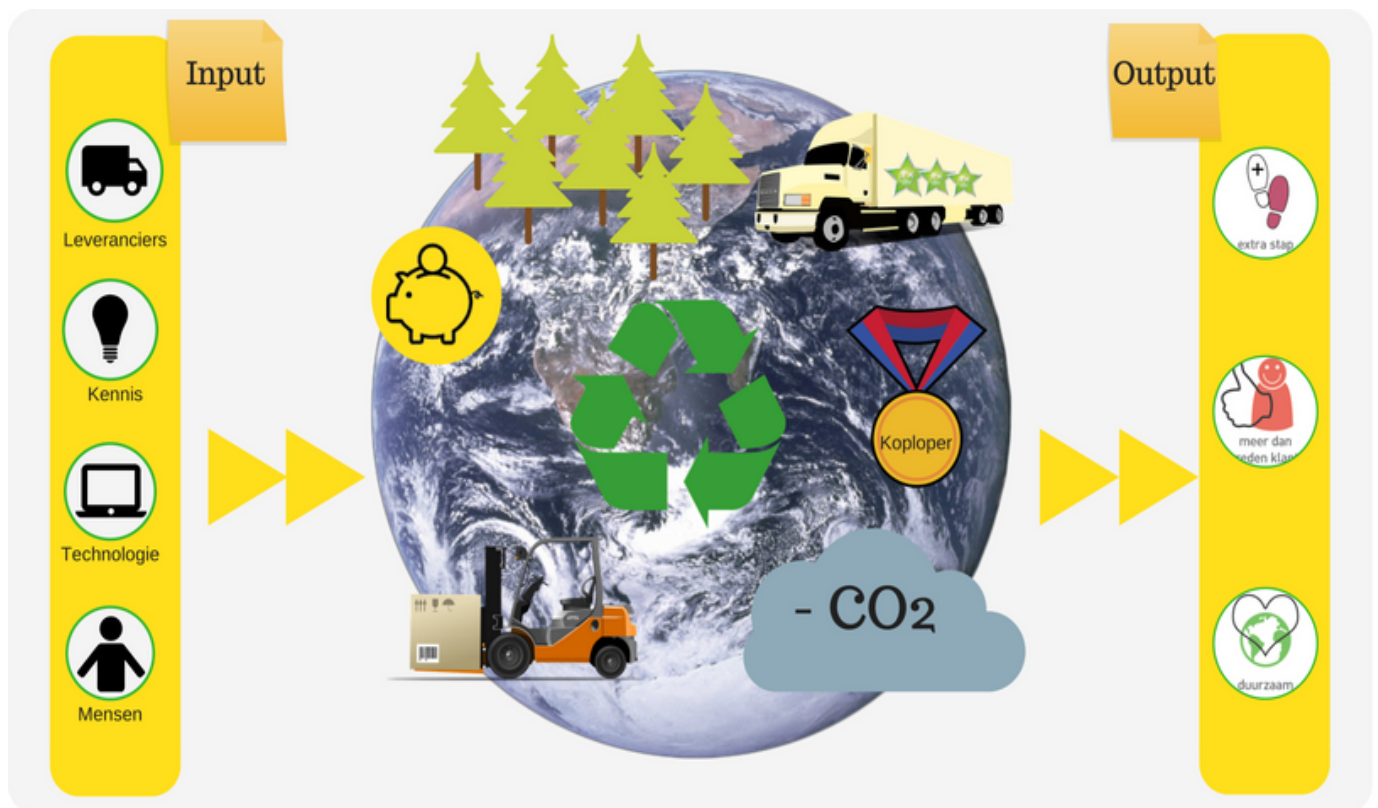


1.1 Waardes van Moonen Packaging

Als groothandel zijn wij in meerdere ketens actief. Wij denken mee met onze leveranciers over duurzamere oplossingen voor zowel producten als de logistiek. Daarnaast helpen wij onze klanten om de juiste beslissing te nemen met betrekking tot hun hele verpakkingsketen.

Wij zetten onze leveranciers, kennis, technologie en mensen in om onze missie te realiseren, zodat wij onze klanten het beste kunnen bieden. De afbeelding hieronder is een visualisatie hiervan.

Moonen Packaging biedt haar diensten aan in met name de Benelux, onder andere door samenwerking met partners en leveranciers. Ook buiten deze gebieden zijn wij actief in Europa, zowel online als offline. Als onderdeel van de OptiGroup zijn we nu in Midden en Noord-Europa actief.



1.2 De organisatiestructuur

Het organogram hieronder afgebeeld laat zien hoe de organisatiestructuur² binnen Moonen Packaging is ingedeeld.

Management team

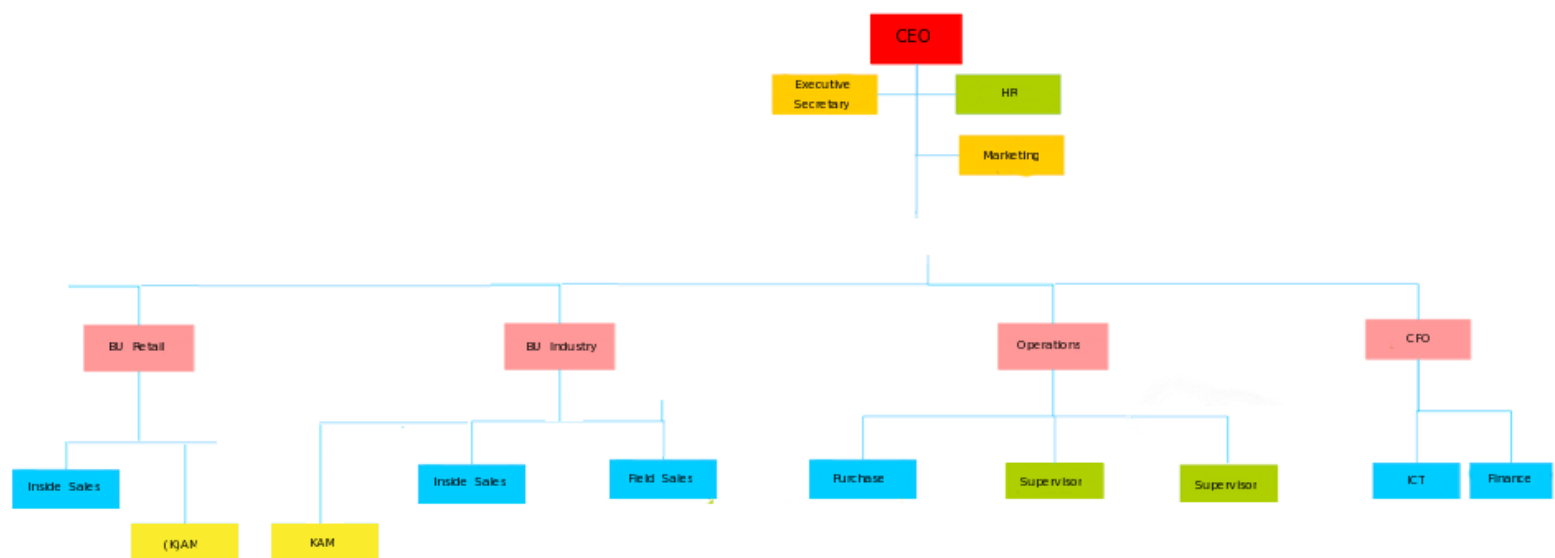
Wekelijks vindt er een MT overleg plaats. Hier wordt ingegaan op tactisch en strategisch niveau van elke afdeling. Daarnaast wordt input van medewerkers meegenomen in deze meeting.

Ondernemingsraad

De ondernemingsraad (OR) bestaat uit werknemers die namens het personeel overleg voeren met de werkgever. De OR bestaat uit een voorzitter, secretaris, vice-voorzitter, vice-secretaris en een OR lid. Een OR overlegt over het ondernemingsbeleid en de personeelsbelangen.

OptiGroup

Sinds juli 2018 is Moonen Packaging onderdeel van de OptiGroup.



² BU = Business Unit
(K)AM = Key Account Management

1.3 Onze medewerkers

Om succesvol te kunnen zijn in de toekomst, is het essentieel dat we alles doen wat in ons vermogen ligt en past binnen het organisatiebelang om ervoor te zorgen dat medewerkers met plezier naar hun werk komen. Wij blijven benadrukken dat onze medewerkers cruciaal zijn om het verschil te maken voor Moonen Packaging.

Visie

Moonen Packaging wil een goed werkgever zijn, waarbij betrokken werknemers met plezier, trots en vertrouwen werkzaam zijn.

Missie

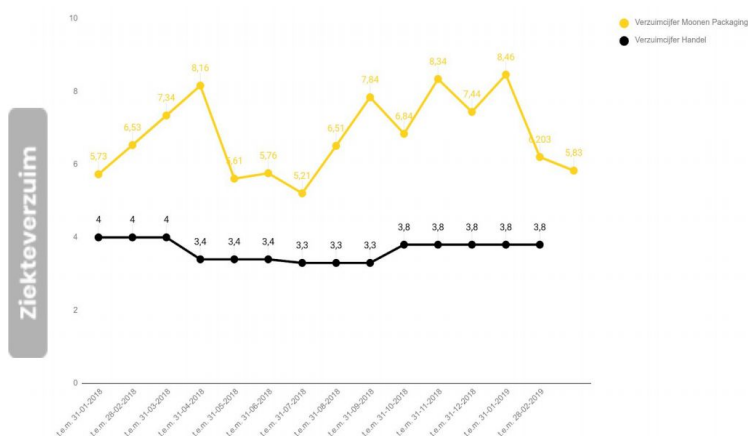
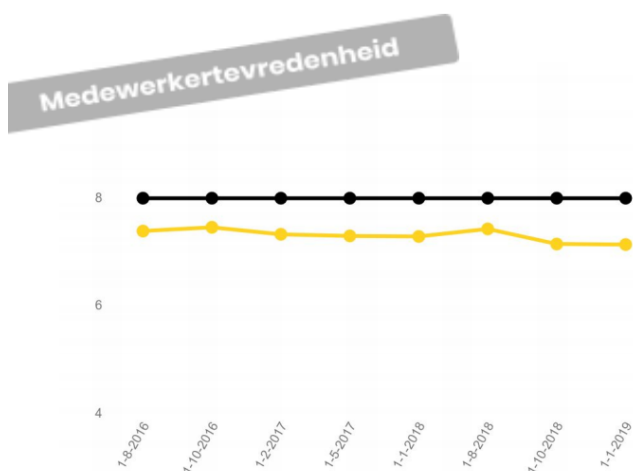
HR draagt als strategische business partner van de organisatie bij aan het bereiken van de doelstellingen van Moonen Packaging door de waarde van het menselijk kapitaal te maximaliseren en af te stemmen op de bedrijfsdoelstellingen, waarden, strategieën en de behoeften van de interne en externe klant.

Doelstellingen

- Verhogen van het MTO
- Verlagen van het verloop
- Ziekteverzuim zo laag mogelijk houden
- Positieve trend in de HR3P matrix

Kengetallen HR

Jaarlijks voorziet HR het management team van HR kengetallen. Dit omvat alle feiten en cijfers met betrekking tot de medewerkers, opleiding, instroom en uitstroom. De afbeeldingen hiernaast zijn een aantal kengetallen weergegeven.



2 Bedrijfs- en MVO strategie

In 2019 zetten wij vervolgstappen om in te spelen op de voor ons belangrijkste markttrends en -ontwikkelingen. Onze missie en BHAG zijn uitgangspunten hiervoor.

2.1 SWOT

Onderstaande afbeelding geeft onze SWOT analyse weer, die is opgesteld eerder ook voor ons ondernemingsplan 2019-2021.

De belangrijkste aandachtspunten zijn hierbij in kaart gebracht.

Strengths	Weaknesses
Authority sustainability	Added value selling
supply chain director	Limited product range
flexibility / degree of control	Lead generation / nurture
concepts	PR
OptiGroup member	
Opportunities	Threats
Focus CSR	Development competition
Plastic aversion / Ban on single use plastics	Development suppliers
NL Circulair 2050	Customer / supplier loyalty (high switch costs)
Trend towards outsourcing	Packaging is seen as 'necessary evil'

Groei, Kostenefficiency en klanttevredenheid

Groei in omzet en marge is belangrijk om de concurrentiekracht verder te ontwikkelen. In een consoliderende markt kunnen we door groei, innovaties en samenwerking met collega's een sterke positie blijven vervullen. Om mee te spelen op het huidige niveau moeten we ons sneller ontwikkelen dan onze klanten en concurrenten. Nu we deel uitmaken van de OptiGroup kunnen we op dit vlak verder versnellen.

Meer dan tevreden klanten is ons doel. Tevreden klanten verlaten ons niet en tevreden klanten gunnen ons meer dan ontevreden klanten. Zolang een klant tevreden is, blijft hij met ons in gesprek. Ook als zaken niet geheel naar wens verlopen. Onze klanten staan altijd centraal.

Focus naar aanleiding van de SWOT op perfecte aanvulling van het totaalconcept blijft belangrijk. Als dienstverlener moeten we continu proberen om bij de klant meer toegevoegde waarde te leveren die leidt tot een hogere klanttevredenheid.

Kostenbeheersing is voor Moonen Packaging van cruciaal belang. Als leverancier van 'kosten artikelen' blijven we kritisch kijken naar onze processen. Slimme inzet van ICT-middelen is hierbij van groot belang. Onze toegevoegde waarde wordt meestal in geld gewogen. Om maximaal rendement te halen blijven we onze kosten kritisch monitoren.

Financiële kengetallen	2016	2017	2018
Netto-omzet (x1.000)	53.168	51.332	49.440
Nettoresultaat (EBIT) (x1.000)	1.150	1.580	1.884

2.2 Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Als koploper op het gebied van duurzaamheid streven wij ernaar om zo maatschappelijk verantwoord te ondernemen. We willen een voorbeeld zijn voor anderen en onze doelgroepen te informeren en adviseren in alternatieve, duurzame concepten en producten.

In 2019 willen we de kennis van MVO vergroten en verbreden binnen de organisatie. Onze duurzame missie wordt hierdoor meer zichtbaar in onze interne organisatie en we kunnen deze missie vervolgens beter vertalen naar onze klant. Ook willen we onze manier van samenwerken met leveranciers verduurzamen en verbeteren.

Koploper duurzaamheid

Moonen Packaging is in 2017 uitgenodigd als lid van de denktank voor het Lean & Green 3 sterren programma. Als eerste in de branche namen wij deel aan de 3 sterren award. In 2017 zijn de eerste bijeenkomsten geweest met de Lean & Green koplopers en zijn de uitgangspunten benoemd. Hiermee is onze status als koploper duurzaamheid bevestigd op het gebied van CO2-reductie.



Minimaliseren milieu-impact

Moonen Packaging werkt al jaren aan vermindering van haar eigen impact op het milieu. Daarnaast zijn we lang op zoek geweest naar een methode om de milieu-impact per product te bepalen. Door samenwerking met Ecochain kunnen we nu EPD (Environmental Product Declaration) of LCA (Life Cycle Analysis) per product bepalen, uitgedrukt in MKI-waarde (Maatschappelijke Kosten Indicator). In 2018 blijven we stakeholders informeren en de hele keten beïnvloeden.

Voor onze suikerriet beker Stack-it hebben we zelf een LCA rapport uit laten voeren. Dit is te downloaden op stack-it.nl.

We zijn daarnaast gestart met het Off Road programma van Lean & Green. Inmiddels hebben we twee leveranciers uit Polen aangesloten op de corridor Rzepin - Tilburg en verminderen we op dit transport de CO2 uitstoot met 41%. We gaan dit in de loop van 2019 nog verder uitbreiden.

In 2020 koopt 50% van onze klanten verpakkingen uit hernieuwbare grondstoffen

Deze doelstelling staat dit jaar ook centraal. Hernieuwbare grondstoffen zijn wat Moonen betreft grondstoffen die in één jaar tijd groeien, waaronder bamboe, rijst, tarwe, suikerriet, olifantengras, etcetera. Bomen vallen hier niet onder.

In 2018 zaten we op een percentage tussen de 30 en 35%. We zijn er dus nog niet! We gaan in 2019 klanten proactief stimuleren om voor een duurzamer alternatief te kiezen.

3 Stakeholders en materialiteitsanalyse

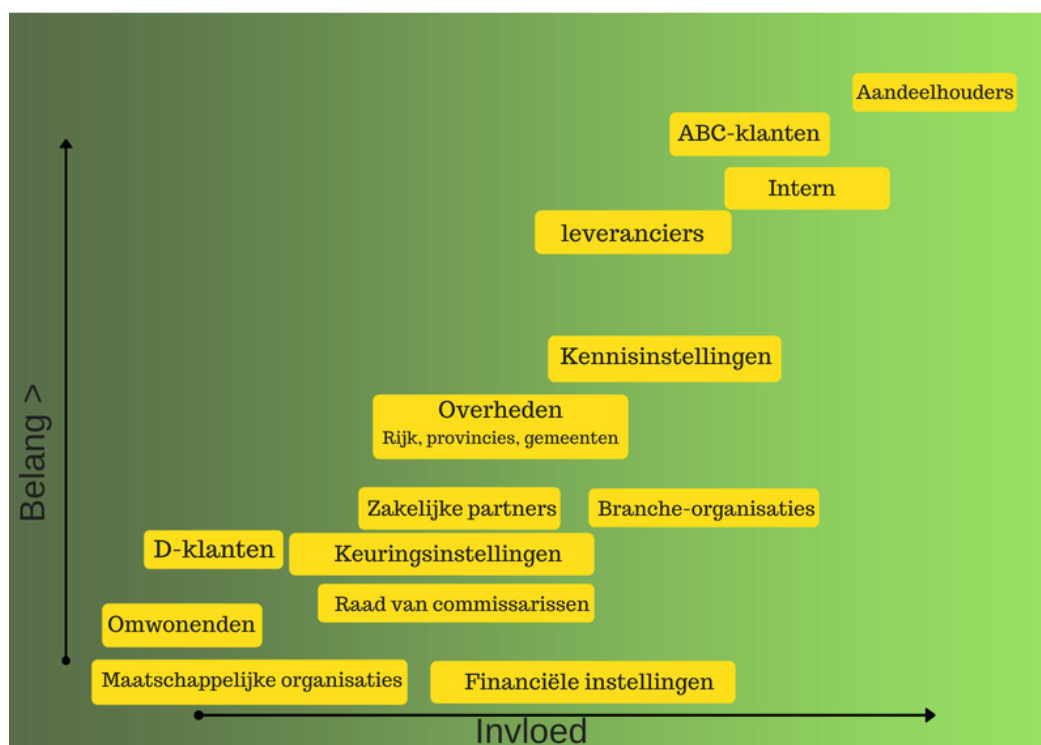
Wij vinden het belangrijk om inzicht te hebben in onze omgeving. Van het bedrijfsleven wordt verwacht dat zij haar activiteiten op een maatschappelijk verantwoorde manier uitvoert. Wij streven naar meer dan tevreden klanten, zowel intern als extern. Daarom betrekken wij zoveel mogelijk onze stakeholders bij onze MVO-activiteiten. Voor het bepalen van onze SDG doelen, zijn wij in gesprek gegaan met verschillende typen stakeholders.

3.1 Stakeholders

De stakeholderanalyse richt zich op het identificeren van belangrijke thema's voor Moonen Packaging. Dit zijn thema's die het relevantst zijn voor onze core business.

De meest recente stakeholderanalyse heeft plaatsgevonden in 2018 en vormt de basis van ons stakeholderoverzicht, waarin het belang en invloed van elke groep wordt afgewogen. De afbeelding aan de rechterkant geeft weer hoeveel invloed elke stakeholder groep uitoefent op Moonen Packaging en wat het belang is van elke stakeholder groep.

De uitslagen van de stakeholderdialogen, is terug te vinden in de bijlagen van dit verslag.

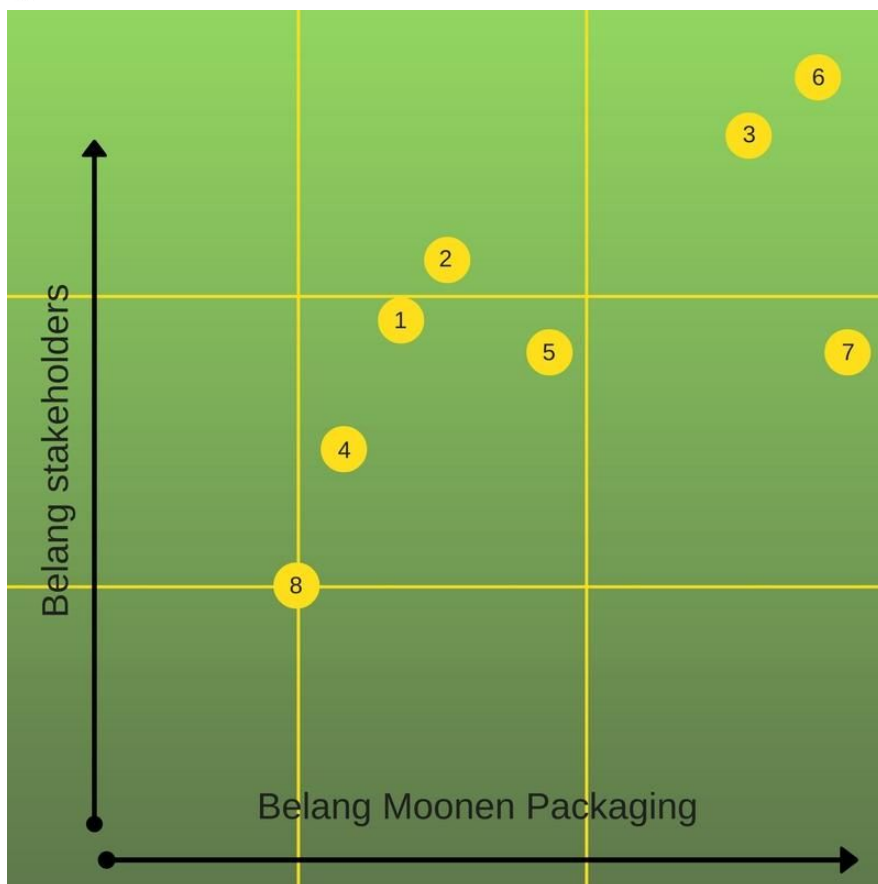


3.2 Materialiteitsanalyse

De materialiteitsanalyse geeft inzicht in de keuzes die zijn gemaakt voorafgaand aan het opstellen van dit MVO-jaarverslag. Het bestaat uit een inventarisatie van maatschappelijke aspecten die van belang zijn, voor zowel Moonen Packaging als voor onze stakeholders. Na de engagement met onze stakeholders, is een prioritering gemaakt op basis van impact op onze stakeholders en van Moonen Packaging als organisatie. De afbeelding hieronder geeft de punten weer die tijdens onderzoek naar voren zijn gekomen.

Legenda Materialiteitsmatrix

- 1. Grondstoffengebruik
- 2. Inzicht productinformatie
- 3. Inzicht in duurzaam assortiment
- 4. Circulariteit composteerbare producten
- 5. Terugdringen fysieke en fysieke belasting
- 6. Betere en duurzamere oplossingen
- 7. Vergroening van keten
- 8. Reductie van folie afval



4 Thema's en doelstellingen

Op basis van onze stakeholder dialogen en enquête, zijn er intern 3 SDG's met bijbehorende targets naar voren gekomen waar wij ons in 2019 op willen focussen. Deze doelen staan dichtbij onze core business en zijn de belangrijkste thema's voor onze eigen medewerkers. Onze 2020 Ambitie (SMART doelstelling) is tevens een leidraad voor het meten van onze SDG's.

In [Hoofdstuk 2.1](#) gaven we reeds een SWOT analyse weer. Deze geven leidraad aan ons plan – zowel als onderneming als op het gebied van duurzaamheid – en op welke vlakken wij extra aandacht moeten vestigen. Deze trends, risico's en kansen helpen ons duidelijke doelstellingen te bepalen.

4.1 SDG 12. Duurzame consumptie en productie

Wij willen de afvalberg zoveel mogelijk verminderen door enerzijds plastic verpakkingen te reduceren en anderzijds duurzame alternatieven aan te bieden. “Duurzame consumptie en productie” past daarom bij onze eigen missie en visie.

Targets en activiteiten

Om bij te dragen aan het behalen van dit doel, hebben wij gekozen voor een target die past bij onze business. Op deze manier kunnen wij op onze manier bijdragen aan SDG 12.



Op de volgende pagina staat de target weergegeven die wij hebben gekozen, evenals de activiteiten die wij als bedrijf en organisatie uitvoeren / uit gaan voeren om deze target te behalen.

1. *Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI)*
Bij inkoopproces wordt ook rekening gehouden met sociale en milieu aspecten. Inkoop is verantwoordelijk voor het hanteren van dit proces.
2. *Circulair betaalmiddel (United Economy)*
Naast duurzame producten, zetten we ook een duurzaam betaalmiddel in. Business Unit Manager Retail en Finance zijn projectleiders en aanspreekpunt.
3. *Grondstoffengebruik*
Inkoop houdt zoveel mogelijk rekening met grondstoffengebruik van onze producten. In samenwerking met leveranciers, kijken ze naar de meest duurzame oplossingen.

4. *Innovatie*

Afdeling sales en marketing blijft de markt peilen om de nieuwste duurzame innovaties aan de klant aan te bieden.

5. *Duurzaam assortiment*

Marketing en sales gaan alternatieve, duurzamere producten prominenter aanbieden aan de klant. Er wordt een analyse gemaakt van de artikelen die de klant nu koopt. Er wordt vervolgens gekeken naar milieuvriendelijke alternatieven en die worden proactief aangeboden.

6. *Productinformatie*

Proactief inzicht geven in productspecificaties. Quality, sales en marketing houden toezicht op correcte informatieverstrekking van producten.



4.2 SDG 13. Klimaatverandering aanpakken

In onze missie staat dat wij alles doen voor meer dan tevreden klanten, maar wel met liefde voor de planeet. Wij hechten belang aan SDG 13 en willen hieraan ons steentje bijdragen. Door onze eigen faciliteiten en processen onder de loep te nemen, met verantwoorde leveranciers zakendoen en ook de klant duurzamere alternatieven aan te bieden willen wij klimaatverandering aanpakken.



Target en activiteiten

Door massaproductie dragen wij bij aan de klimaatverandering in een rap tempo. Wij willen dit omzetten in positieve energie, ook in de letterlijke zin van het woord. In onderstaande afbeelding, staat ons gekozen target en de activiteiten die hierbij aansluiten om het doel te behalen.



1. CO2-reductie

Op verschillende manieren integreren wij maatregelen in onze onderneming en organisatie om klimaatverandering aan te pakken. Een van de onderdelen is het terugbrengen van onze CO2-uitstoot. Door deel te nemen aan projecten zoals Lean & Green, blijven we actief bezig met zoeken naar effectievere processen die CO2-reductie tot resultaat hebben. Quality en Operations houden toezicht op dit proces en zorgen ervoor dat de doelstellingen worden behaald.

2. Zero Waste policy

Wij produceren als groothandel heel wat afval per jaar. Daarom hebben wij een Zero Waste policy opgesteld, waarbij wij samenwerken met partners om ons eigen afval te reduceren. Wij kijken niet alleen naar afval in de traditionele zin van het woord, maar ook naar onze processen om zo min mogelijk te talenten, resources en materialen te verspillen. Sales kijkt in samenwerking met Searious Business naar de mogelijkheden voor vermindering van plastic afval.

3. MVO prestatieladder niveau 4

Door jaarlijkse MVO-audits, worden onze processen getoetst op MVO en bijgestuurd waar nodig. Met onder andere deze audits willen wij koploper blijven en onze onderneming blijven optimaliseren op het gebied van duurzaamheid.

4. Brainpack

Wij organiseren tweejaarlijks een evenement – Brainpack – waarbij we professionals samenbrengen in ons logistiek centrum in Weert. Ons doel is om handvatten te geven en hands-on aanknopingspunten om direct aan de slag te gaan met MVO. Wij willen deelnemers van dit evenement op deze manier motiveren om duurzaamheid een centrale plek te geven in hun onderneming, want verduurzaming van onze planeet doe je samen. In 2020 - tegelijk met de opening van ons nieuwe pand - gaat de volgende BrainPack editie plaatsvinden.

4.3 SDG 14. Bescherming van zeeën en oceanen

Ons doel is om zo weinig mogelijk verpakkingsmateriaal te verkopen. Wij willen de afvalberg zoveel mogelijk verminderen, door enerzijds plastic verpakkingen te reduceren en anderzijds duurzame alternatieven aan te bieden. Daarnaast zijn er initiatieven en activiteiten binnen Moonen Packaging die bijdragen aan duurzame productie van verpakkingsmaterialen. Om bij te dragen aan bescherming van zeeën en oceanen, willen wij zo min mogelijk plastic verkopen en zoveel mogelijk duurzame alternatieven aanbieden.



Target en activiteiten

Plastic soup, een term die ondertussen iedereen kent en geen positieve ontwikkeling is voor onze wateren. Wij zijn als verpakkingsspecialist meer dan bewust van het feit dat wij met onze plastic verpakkingen hebben bijgedragen aan dit probleem. Dit willen en móeten we veranderen. Daarom is target 14.1 – Tegen 2025 de vervuiling van de zee voorkomen en in aanzienlijke mate verminderen, in het bijzonder als gevolg van activiteiten op het land, met inbegrip van vervuiling door rondrijvend afval en voedingsstoffen – een belangrijk punt voor ons om dit jaar op te focussen en mee te nemen in onze activiteiten.



1. *In zee met Searious business*

Vanwege onze stevige groei-ambities op het gebied van duurzame verpakkingen en onze target voor SDG 14 hebben wij een samenwerkingsverband gesloten met Searious Business.

2. *Plastic scan*

Wij hebben de opdracht gegeven aan Searious Business om een Plastic scan op te stellen. Deze dient als ijkpunt voor het vaststellen van plasticgebruik en -verspilling door ons en onze ketenpartners. Op deze manier willen wij circa 2% margeverbetering genereren op onze plastic kringloop. Quality en sales coördineren dit project.

3. *Reductie van plastic folie afval*

Vanuit KTO is naar voren gekomen dat (klein en middel) klanten behoefte hebben aan minder folieverspilling vanuit Moonen Packaging. Wij gaan ons daarom inzetten voor mogelijkheden om folie eventueel retour te nemen zodat het kan worden ingezet als hernieuwbare grondstof. Operations wil bij ten minste 100 klanten 10% folie retour realiseren.

5 Resultaten 2018 - 2019

We zijn trots op onze behaalde doelen, maar we zijn er nog niet.

5.1 MVO-prestatieladder 4

In 2018 hebben wij wederom prestatieladder niveau 4 behaald. Dit is een enorme prestatie, gezien wij een van de weinige bedrijven zijn die dit niveau heeft behaald en weet vast te houden.

5.2 Lean & Green programma

Op 31 mei 2018 hebben wij onze 3de Lean & Green ster in ontvangst genomen. Dit is een enorme prestatie, en laat zien dat wij koploper zijn als het aankomt op CO2-reductie. Wij doen er alles aan om dit vol te houden en ook koploper te blijven. In 2018 is de derde Lean & Green ster voor het eerst overhandigd en wij horen daar ook bij.

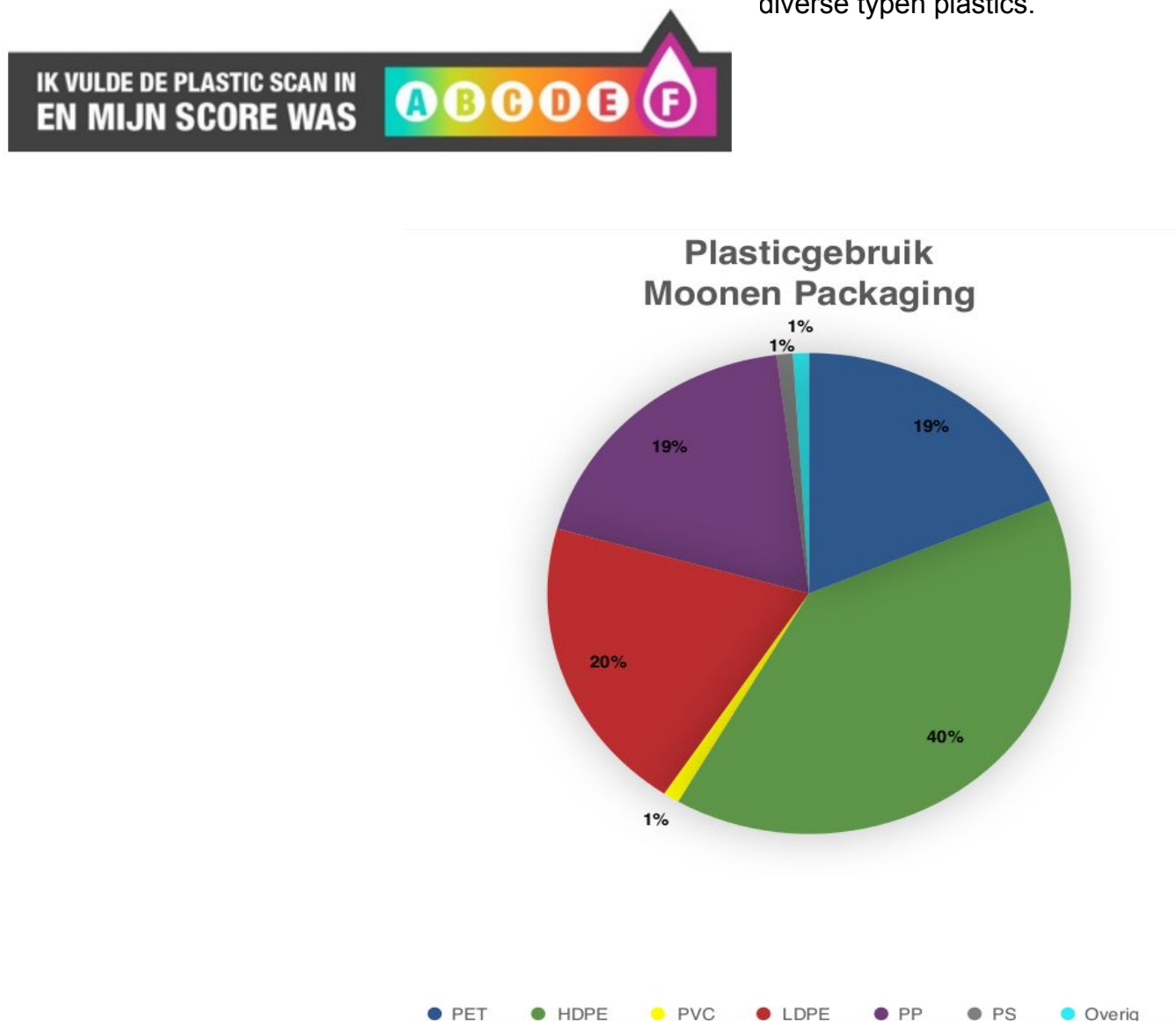
We hebben deze prestatie vooral bereikt door te kijken naar onze outbound logistiek. In 2019 gaan we met name de inbound logistiek verder verduurzamen, middels o.a. treinzendingen en de ABCO2 tool.



5.3 Plastic scan

Samen met Searious Business werken we aan een strategie en plan om plastic afval aanzienlijk te verminderen, zowel intern als bij onze klanten. Voorafgaand is een zogenoemd Plastic Scan gemaakt door Searious Business, om te kijken waar onze kansen liggen.³

Het hieronder afgebeelde cirkeldiagram geeft het resultaat weer van inkoopwaarden van diverse typen plastics.



³ Dit is een schatting op basis van de bij ons bekende gegevens.

5.4 Zero Waste

In 2018 hebben we hard gewerkt aan onze Zero Waste policy. We hebben afval en uitstoot flink kunnen reduceren. Onze afvalverwerkingspartner maakt het mogelijk ons afval zoveel mogelijk om te zetten tot een secundaire grondstof, of om te zetten in groene energie.⁴

5.5 Stack-it

Onze circulaire koffiebeker Stack-it is - wat ons betreft - de beste koffie beker die er nu op de markt is. We hebben een LCA quickscan laten uitvoeren en hieruit blijkt ook dat de Stack-it bekers de laagste invloed hebben op het milieu.

Voor Stack-it bekers hoeven geen bomen gekapt te worden. De bekers worden gemaakt van het afval vanuit de suikerriet winning; bagasse. De gebruikte bekers worden door ons opgehaald en naar Attero vervoerd. Hier levert dit afval biogas en compost op. Zo ontstaat een 100% circulaire en biologische kringloop.

Stack-it. The natural loop.



⁴ Op basis van gegevens verstrekt door onze afvalverwerkingspartners Renewi

5.6 In de regio

We hebben een aantal zaken in de regio op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen opgepakt. Een selectie daarvan staat hieronder.

- We hebben op het AZC in Weert gesproken over duurzame inzetbaarheid
- We leveren duurzame bekertjes aan evenementen in Weert (en omstreken)
- Op 14 september - voorafgaand aan World Clean Up Day - is op ons initiatief het bedrijventerrein opgeruimd.
- Tijdens World Clean Up day (15 september 2018) hebben we het zwerfafval in het park Aan de Bron in Weert opgeruimd.
(<https://www.nudge.nl/projects/world-cleanup-day/>)

5.7 In de media

#klimaatakkoord

We hebben samen met MVO Nederland digitaal gelobbyd voor een ambitieuzer klimaatakkoord met CO2 heffing.



Moonen Packaging

1,384 followers

1mo

Wij zijn voorstander van een ambitieus **#klimaatakkoord**
Een heffing op CO₂ hoort daar bij.

...see more

See translation



15 Likes



Like



Comment

Suikerrietbeker in Trouw

In Trouw is een artikel verschenen over Stack-it. De journalist heeft alles goed uitgezocht en vooralsnog blijven wij bij de conclusie dat Stack-it de meest duurzame beker tot nu toe is.

<https://www.trouw.nl/groen/hoe-groen-is-de-groene-koffiebeker-het-is-maar-hoe-je-het-bekijkt~aaa97a51/>

Ons revolutionaire beker concept Stack-it heeft daarnaast meegedaan aan de circular awards van Nederland Circulair en is tot de shortlist gekomen.

**Moonen Packaging**

1,384 followers

3W

Ons revolutionaire beker concept Stack-it heeft meegedaan aan de circular awards van Nederland Circulair en is tot de shortlist gekomen! Hoe duurzaam is uw koffiebeker? www.stack-it.nl een pareltje voor uw MVO beleid!

[See translation](#)



48 Likes · 4 Comments



Like



Comment

5.8 Sponsoring / Goede doelen

We zijn betrokken bij een aantal duurzame initiatieven. Een selectie daarvan geven we hieronder:

- Sponsor innovatieve Hackathon e-Fulfilment Hub
- Sponsor van MVO Manager van het Jaar
- Sponsor van Weerter Cultuur Ontbijt
- Sponsor van Nudge
- Sponsor van Weert kermis met circulaire bio-bekers
- Sponsor van de Week zonder Vlees (2018)
- Sponsor NVC Zero Waste Food Dinner

6 Verslaggevingsprincipes

Wij geven in ons verslag een toelichting op de MVO onderwerpen die wij – en onze stakeholders – belangrijk achten om verantwoord te ondernemen en bij te dragen aan oplossingen voor maatschappelijke, economische en ecologische problematieken. Wij publiceren jaarlijks een MVO-jaarverslag, met de resultaten van het voorgaande jaar en de doelen voor het komende jaar als leidraad.

Het vorige MVO-verslag – gepubliceerd in 2018 – had de focus op CO₂-reductie en het behalen van de MVO-prestatieladder niveau 4. Het rapport werd duidelijk afgebakend door de 3 pijlers People, Planet en Profit.

Dit huidige verslag heeft de richtlijnen van de GRI in acht genomen en ook zoveel mogelijk opgevolgd om een duidelijk en concreet verslag te realiseren dat voldoet aan de standaarden van de huidige GRI verslaglegging principes.

In samenwerking met Sustainalize hebben wij de principes van verslaglegging toegepast en hebben wij de SDG's als doelstellingen genomen om onze MVO-activiteiten hieraan te koppelen. Onze BHAG staat vast als SMART doelstelling waar de SDG's ondersteuning aan geven om dit doel te behalen.

Colofon

Heb je na het lezen van dit jaaroverzicht nog vragen over onze activiteiten of ons MVO-beleid? Of wil je reageren op een van de onderwerpen die je zojuist hebt gelezen? Neem gerust contact met ons op.

Contact:
Moonen Packaging
Fahrenheitstraat 11, 6003 DC Weert

P.O. Box 10010
6000 Ga Weert

Telefoon: +31 (0)495 58 17 30
E-mail: info@moonenpackaging.com

Uitgave 2018 - 2019



GRI Content Index

GRI-tabel Moonen Packaging 2017/2018		
GRI 102: Algemene indicatoren 2016		
1. Organisatieprofiel		
102-1	Naam van organisatie	#7. Colofon
102-2	Voornaamste merken, producten en/of diensten	#1. Bedrijfsprofiel
102-3	Locatie van het hoofdkantoor van de organisatie	#7. Colofon
102-4	Het aantal landen waar de organisatie actief is	#1. Bedrijfsprofiel
102-5	Eigendomsstructuur en rechtsvorm	#1. Bedrijfsprofiel #7. Colofon
102-6	Afzetmarkten	#1.1. Waarde van Moonen Packaging
102-7	Omvang van de verslaggevende organisatie	#1.3. Onze medewerkers
102-8	Samenstelling medewerkersbestand	#1.3. Onze medewerkers
102-9	Omschrijving van toeleveringsketen van de organisatie	#1.1. Waarde van Moonen Packaging
102-10	Significante veranderingen voor de organisatie en de keten	#2.1. SWOT
102-11	Uitleg over de toepassing van het voorzorgsprincipe door de verslaggevende organisatie	#2.2. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen
102-12	Extern ontwikkelde economische, milieugerelateerde en sociale handvesten, principes die door de organisaties worden onderschreven	#1.1. Waarde van Moonen Packaging #2. Bedrijfs- en MVO strategie #2.2. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen #3.1. Stakeholders
102-13	Lidmaatschappen van verenigingen (zoals	#3.1. Stakeholders

	brancheverenigingen) en nationale en internationale belangenorganisaties	
2. Strategie		
102-14	Verklaring van de hoogste beslissingsbevoegde van de organisatie	#Voorwoord
3. Ethiek en integriteit		
102-16	Beschrijving van de door de organisatie gehanteerde waarden, principes, standaarden en gedragsnormen, zoals een gedragscode	#1.3. Onze medewerkers
4. Bestuur		
102-18	Bestuursstructuur van de organisatie	#1.2.De organisatiestructuur
5. Overleg met belanghebbenden		
102-40	Lijst van groepen belanghebbenden	#3.1. Stakeholders
102-41	Werknemers onder een collectieve arbeidsovereenkomst	Alle werknemers vallen onder een eigen CAO, bekend als Handboek Medewerkers. Uitzondering hierop zijn uitzendkrachten.
102-42	Uitgangspunten voor de inventarisatie en selectie van belanghebbenden	#3.1. Stakeholders
102-43	Wijze waarop belanghebbenden worden betrokken	#10.1.Stakeholdersdialoog
102-44	Belangrijkste onderwerpen en vraagstukken die uit het overleg met belanghebbenden naar voren zijn gekomen	#3.2. Materialiteitsanalyse
6. Verslaggevingsprincipe		
102-45	Overzicht van alle ondernemingen die in de	#Voorwoord

	geconsoliceerde jaarrekening zijn opgenomen en die niet onder dit verslag vallen	
102-46	Proces voor het bepalen van de inhoud en specifieke afbakening van het verslag en hierbij gehanteerde uitgangspunten.	#6. Verslaggevingsprincipes
102-47	Materiële onderwerpen die tijdens het proces ter bepaling van de inhoud van het verslag zijn vastgesteld.	#3.2. Materialiteitsanalyse
102-48	Gevolgen van een eventuele herformulering van informatie die in een eerder verslag is verstrekt en de redenen voor deze herformulering.	#6. Verslaggevingsprincipes
102-49	Significante veranderingen ten opzichte van vorige verslaggevingsperiodes ten aanzien van reikwijdte en afbakening.	#6. Verslaggevingsprincipes
102-50	Verslaggevingsperiode waarop de verstrekte informatie betrekking heeft.	#Voorwoord #6. Verslaggevingsprincipes
102-51	Datum van het meest recente vorige verslag.	#6. Verslaggevingsprincipes
102-52	Verslaggevingscyclus.	#6. Verslaggevingsprincipes
102-53	Contactpersoon voor vragen over het verslag of de inhoud daarvan.	#7. Colofon
102-54	GRI-toepassingsniveau	#6. Verslaggevingsprincipes
102-55	GRI Content Index	#8. GRI Content Index
102-56	Beleid met betrekking tot assurance.	#6. Verslaggevingsprincipes

7 Bijlagen

7.1 Stakeholdersdialoog

Stakeholder	Kanalen	Belangrijkste signalen	Reactie
Aandeelhouder	Individuele gesprekken	Introduceren van competentie-management	Functionerings-gesprekken op basis van de competentieprofielen. Indien nodig, krijgen medewerkers de kans om bij te scholen
Intern	Dialogoog Informeren Enquêtes	Management moet druk bij medewerkers signaleren en actie ondernemen selectiecriteria bij sollicitatieprocedure onder de loep nemen Duurzame producten effectief aanbieden op de markt SDG: duurzame consumptie en productie SDG: bescherming van zeeën en oceanen SDG: klimaatverandering aanpakken	In de plannen van HR is het maken van een beleid mbt werkdruk opgenomen. Voor iedere functie is een competentieprofiel opgesteld. Functioneringsgesprekken op basis van de competentieprofielen. Indien nodig, krijgen medewerkers de kans om bij te scholen Nieuwe initiatieven worden ontplooid, om duurzame producten prominenter aan te bieden SDG duurzame consumptie sluit aan op onze BHAG SDG bescherming van zeeën en oceanen: minimaliseren van kunststoffen verpakkingen om daarmee de verdere groei van plastic soup tegen te gaan, en samenwerking met Searious Business

			om dit te realiseren bij onze klanten SDG klimaatverandering aanpakken: nieuw bedrijfspand Breeam Excellent, all electric. Ons project voor de 3de Lean & Green ster en Zonnepanelen in het nieuwe pand.
Overheden	Dialogoog 2016		
Omwonenden	Dialogoog 2013 en 2015	Een flexpool inrichten met omringende bedrijven om werknemers met vast dienstverband uit te wisselen.	Voorkeur vanuit Moonen Packaging om mensen vanuit uitzendbureau in te schakelen wanneer nodig, om ook die talenten te benutten.
Zakelijke partners	Dialogoog	Goede arbeidsomstandigheden Veilige werkomstandigheden Kennisoverdracht Ontwikkelingsmogelijkheden en medewerkers	Werktijden zijn contractueel overeengekomen en worden vanuit bedrijfsreglement operationeel gemaakt met in achtname van het Arbeidstijdenbesluit. Daarbij wordt er beleid gevoerd om werk-, rust- en privétijd duidelijk te scheiden en te handhaven. Dit kan expliciet worden gemaakt. Flexibele werktijden kunnen worden ingevoerd. Deelname aancode Gezond en Veilig Magazijn Iedere student is vrij om een aanvraag tot afstudeerproject in te

			dienen, mits wederzijds belang. Daarnaast verzorgen we ook rondleidingen en gastlessen voor scholen en externen Voor ontwikkelingsmogelijkheden krijgen onze medewerkers de kans om zich te ontplooiën, zowel qua werk als persoonlijk. In ondernemingsplan zijn doelen gepland inzake verbetering persoonlijke ontwikkeling en doorgroei. Wij hanteren een open opleidingsbeleid.
Klanten	Dialogoog	Voorkomen van afval Open communicatie MVO beleid	Wij blijven zoeken naar duurzamere alternatieven, zoals gebruik van secundaire grondstoffen. Voorbeeld is ons suikerriet assortiment. Middels ons MVO-jaarplan willen wij intern en extern open communiceren over onze MVO activiteiten
Leveranciers	Dialogoog	Extern communiceren van MVO activiteiten Beter aanbieden van duurzame alternatieven	Middels ons MVO-jaarplan willen wij intern en extern open communiceren over onze MVO activiteiten Wij zijn de mogelijkheden aan het onderzoeken voor een nieuwe webshop, een lijn voor ons duurzaam

			assortiment en prominenter aanbieden van duurzamere alternatieven.
Branche-organisaties	Dialogoog	Juiste vorm van verpakking is belangrijk Afvalstromen scheiden	Wij blijven op zoek naar innovatieve producten, die voldoen aan onze duurzaamheidsnormen Wij gaan in gesprek partijen mbt afvalinzameling bedrijventerrein.