MOONEN packaging

MVO JAARVERSLAG 2019

WWW.CORPORATE.MOONENPACKAGING.COM

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD HANS HOUTAPPELS **3**

BEDRIJFSPROFIEL **5**

Kernwaarden 6

De organisatiestructuur 7

Onze medewerkers 8

Bedrijfs- en MVO strategie **10**

SWOT 10

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen 11

Koploper duurzaamheid 11

Minimaliseren milieu-impact 11

Stakeholders en materialiteitsanalyse **13**

3.1 Stakeholders 13

3.2 Materialiteitsanalyse 14

Thema's en doelstellingen **15**

SDG 12. Duurzame consumptie en productie 15

SDG 13. Klimaatverandering aanpakken 16

4.3 SDG 14. Bescherming van zeeën en oceanen 17

Resultaten 2019 **18**

MVO-prestatieladder 4 18

Lean & Green programma 18

5.3 Bronzen medaille 19

5.4 Stack-it 19

5.5 In de regio 20

5.6 In de media 21

5.6.1. #klimaatakkoord 21

5.6.2 Suikerrietbeker in Trouw 21

5.6.3 Nederland Circulair 22

5.6.4 Radio Circulair 22

5.6.5 Whitepaper Duurzame Evenementen 22

5.6.7 Earth Overshoot Day 23

5.6.8 BOB debat Duurzaam Verpakken 24

5.6.9 Green Quest BNR Nieuwsradio 24

5.6.10 Whitepaper Verzenden en verpakken in 2020 25

5.7 Sponsoring / lidmaatschappen 25

5.8 Waste management 26

Verslaggevingsprincipes **27**

Colofon **28**

GRI Content Index **29**

Bijlagen **32**

Stakeholdersdialoog 32

VOORWOORD HANS HOUTAPPELS

Voor je ligt het Moonen Packaging[1] MVO-jaarverslag 2019. Met trots kijken we terug op het afgelopen jaar. In dit jaarverslag lees je de resultaten die we in 2019 hebben geboekt en de nieuwe doelen die wij in de komende jaren willen behalen.

2019 was een interessant jaar. Gé Moonen heeft afscheid genomen als directeur van Moonen Packaging. Hans Houtappels volgt hem op als CEO. Samen met Roland van Bussel en Hai Schrivers vormt hij het bestuur van Moonen Packaging.

We hebben in 2019 onze derde Lean & Green ster behouden, evenals MVO prestatieladder nummer 4. Daarnaast hebben we de bronzen medialle gewonnen bij de publieksawards van het Duurzaamste Bedrijf van Nederland.

Begin 2019 zijn we aangesloten op de corridor Rzepin (Polen) - Tilburg en daardoor hebben we op dat transport onze CO2 uitstoot met 41% weten te verlagen. In 2020 gaan we het aantal ritten verdrievoudigen.

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.

In 2019 zijn we verder gegaan op de ingeslagen route. Onze eigen voetafdruk verkleinen én onze stakeholders adviseren en inspireren om hetzelfde te doen. Daarnaast staat uiteraard ons Big Hairy Audacious Goal (BHAG) weer centraal:

“50% van onze omzet wordt eind 2020 gegenereerd uit verpakkingen van hernieuwbare grondstoffen.”

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

Hans Houtappels, CEO Moonen Packaging

[1] Moonen Packaging is de handelsnaam van Packagegroup 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 verpakkingsbeleid. 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 bijna 20 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 Kernwaarden

Moonen Packaging is een groothandel. Onze toegevoegde waarde komt voort uit het ontzorgen van onze klanten. Wij zorgen voor de juiste en duurzame verpakking, tegen de juiste prijs en ‘just in time’. Het doel is tevreden klanten, maar altijd met liefde voor de planeet.

Onze kernwaarden zijn: innovatief, duurzaam, betrouwbaar en klantgericht.

Wij zien onszelf als ketenregisseur. We hebben een adviserende en inspirerende rol bij onze klanten, maar ook een grote invloed bij leveranciers. Als ketenregisseur kunnen onafhankelijk advies geven. Dat doen we ook op het gebied van duurzaamheid.

Moonen Packaging is met name actief in de Benelux. Wij zijn daarnaast onderdeel van de OptiGroup en samen actief in Midden en Noord-Europa.

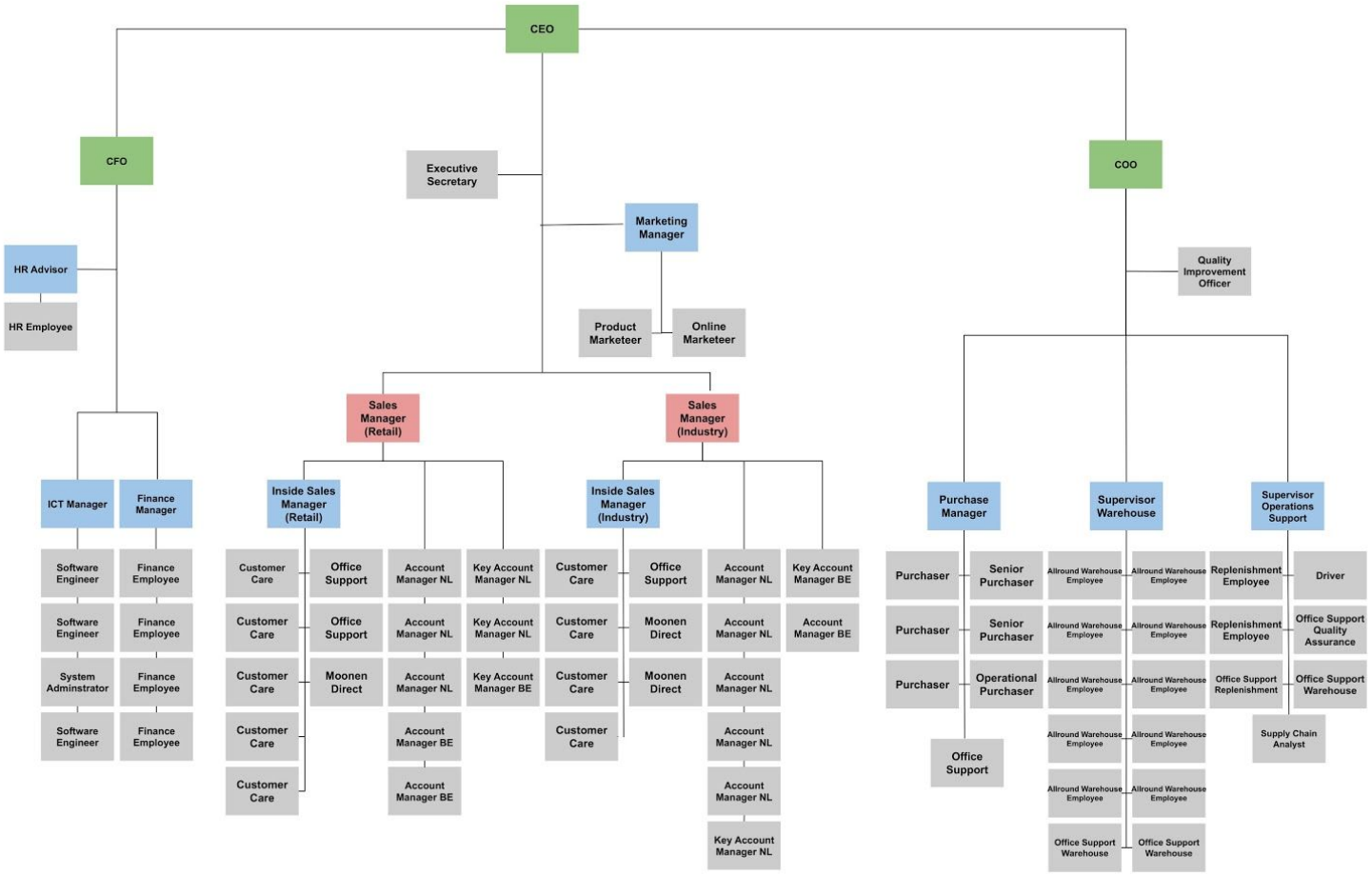
1.2 De organisatiestructuur

Het organogram is de visuele representatie van de organisatiestructuur.

Management team
Wekelijks vindt er een Commercieel 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.



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

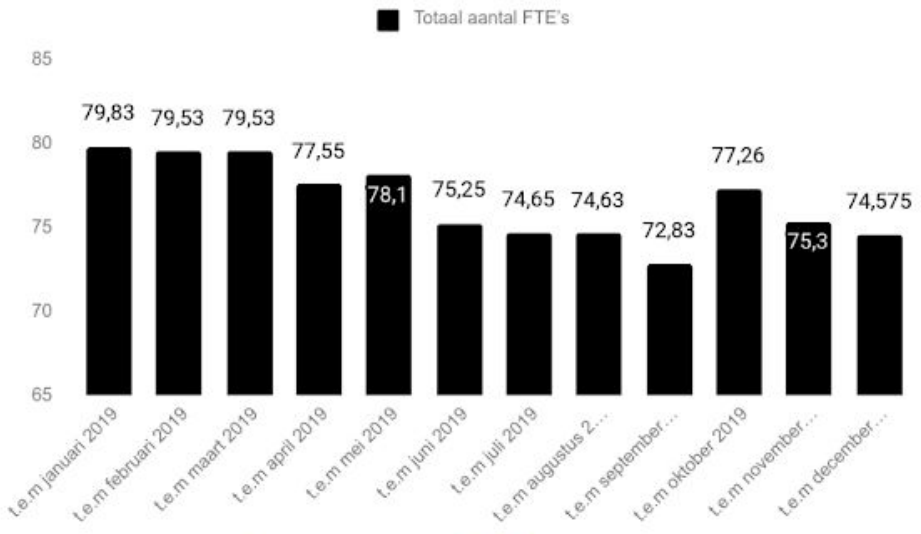
Missie HR
HR draagt als strategische business partner van de organisatie bij aan het bereiken van de doelstellingen van Moonen Packaging door de waarde van het menselijk kapitaal te maximaliseren en af te stemmen op de bedrijfsdoelstellingen, waarden, strategieën en de behoeften van de interne en externe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

Doelstellingen HR

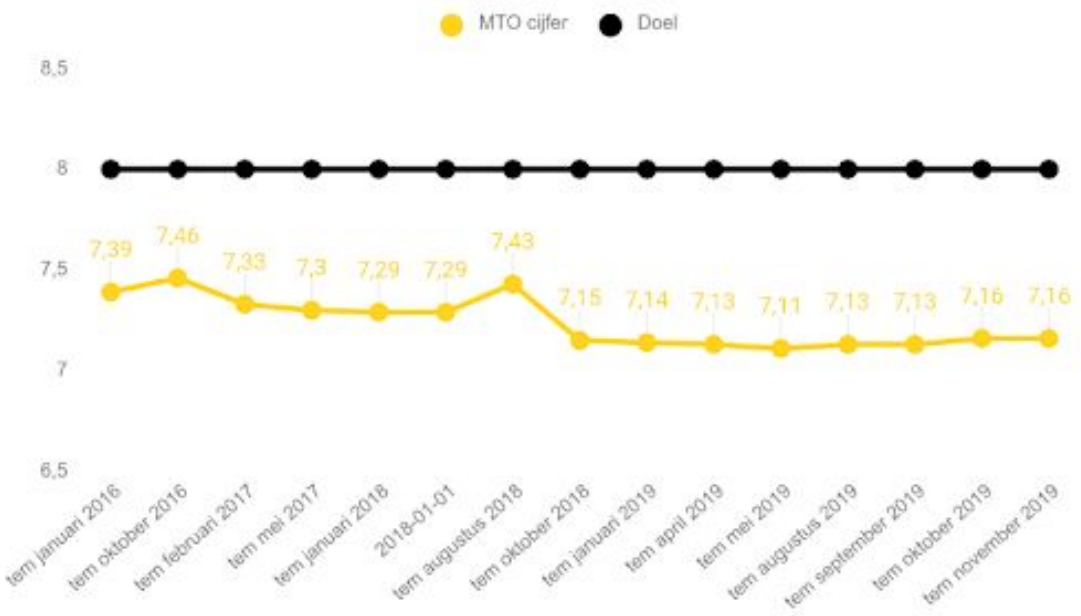
- Verhogen van het MTO
- Verlagen van het (ongewenst) verloop
- Ziekteverzuim zo laag mogelijk houden
- Positieve trend in de HR3P matrix

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.

Aantal FTE's

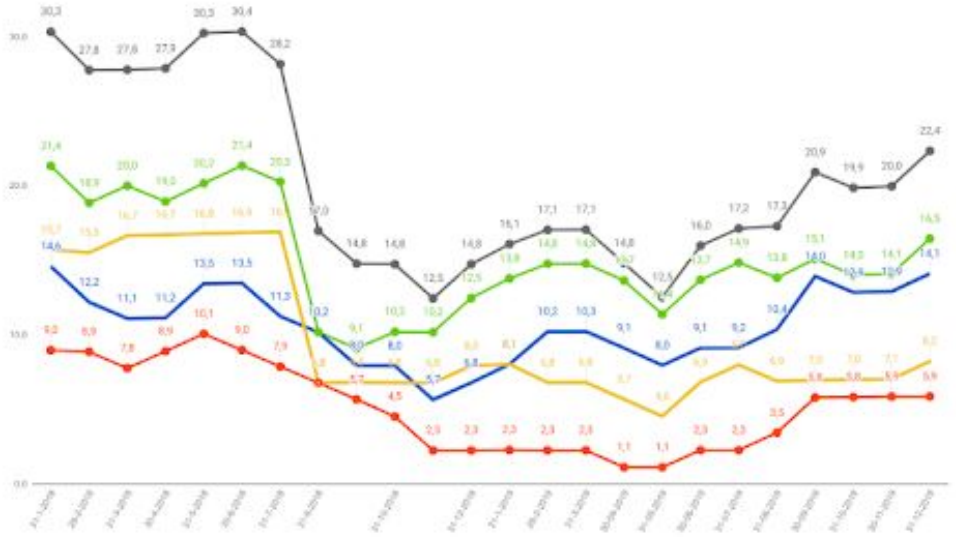


Medewerkerstevredenheid (MTO)

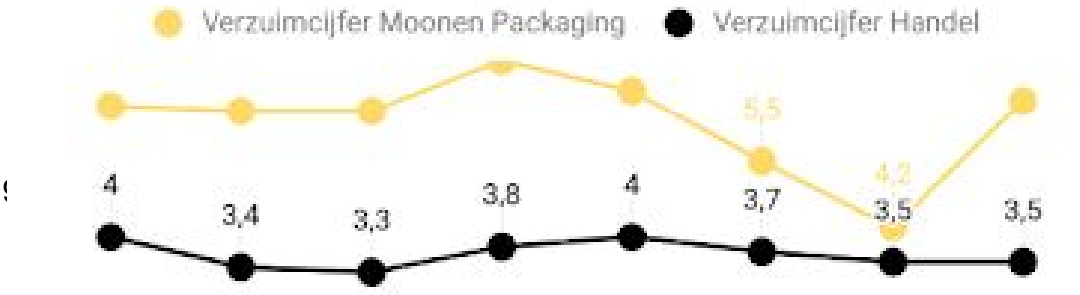


Verloop

(zwart = totaal groen = gewenst rood = ongewenst blauw = vrijwillig geel = onvrijwillig)



Verzuim per kwartaal



2 Bedrijfs- en MVO strategie

Wat zijn onze sterktes en zwaktes? En hoe zorgen wij voor een goede (MVO) strategie? Dat staat beschreven in dit hoofdstuk.

2.1 SWOT

Onderstaande afbeelding geeft onze SWOT analyse weer, die is opgesteld eerder ook voor ons ondernemingsplan 2020-2025.

De belangrijkste aandachtspunten zijn hierbij in kaart gebracht.

Sterktes	Zwaktes
Totaalconcept / Ketenregie	Kennis, beschikbaarheid en opvolging van interne processen
Eigen IT	Niet goed introduceren van innovatieve producten
Duurzaamheidsimago / DNA	Verkopen / vermarkten van toegevoegde waarde
Flexibel en onafhankelijk	Symptoombestrijding
Schaalgrootte (OptiGroup)	Doorlooptijden proces
Kansen	Uitdagingen
Vraag naar duurzame(re) oplossingen	Functieverlies in de keten
Digitalisering (A.I., Blockchain, I.O.T)	Vertendering van de maatschappij
Trend richting outsourcing	Loyaliteit
Meer vraag naar verpakkingen vanuit ecommerce	Krapte op de arbeidsmarkt

Groei, kostenefficiency en klanttevredenheid
Groei in omzet en marge is belangrijk om de concurrentiekracht verder te ontwikkelen. 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.

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	2019
Netto-omzet (x1.000)	53.168	51.332	49.440	47.640
Nettoresultaat (EBIT) (x1.000)	1.150	1.580	1.884	1.027

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 2020 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

We blijven trots op onze derde Lean & Green Ster, die we in 2019 hebben behouden. Daarnaast is ook MVO prestatieladder 4 behouden. In december van 2019 hebben we daarnaast de bronzen medaille gewonnen bij de publieksprijzen van Het Duurzaamste Bedrijf van Nederland. De Ecovadis Gold status is vernieuwd met een hogere score. Tot slot zijn we nog in de race bij de Green Quest van BNR Nieuwsradio. De uitreiking daarvan vindt halverwege 2020 plaats.

Minimaliseren milieu-impact

Moonen Packaging werkt al jaren aan vermindering van haar eigen impact op het milieu. Dat is de reden waarom we in april 2020 ook gaan verhuizen naar een duurzaam pand, met het keurmerk BREEAM ‘Excellent’. Het pand is gasloos en bevat o.a. meer dan 6.600 zonnepanelen. Deze panelen wekken, naast ons eigen stroomverbruik, genoeg stroom op voor circa 285 huishoudens.

Meten is weten en dat vinden we dan ook belangrijk. 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 in 2019 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 CO_2 uitstoot met 41%. In 2020 gaan we het aantal treinzendingen verdrievoudigen. We verlagen hiermee de CO_2 uitstoot op dit traject van 3000 kg CO_2 per maand naar 1000 kg CO_2 per maand.

Eind 2020 komt 50% van onze omzet van verpakkingen uit duurzame grondstoffen (hernieuwbaar of gerecycled). Deze doelstelling blijft centraal staan. Hernieuwbare grondstoffen zijn wat Moonen betreft grondstoffen die in één jaar groeien en geoogst kunnen worden, waaronder bamboe, rijst, tarwe, suikerriet, olifantsgras, mais, etcetera. Bomen vallen hier niet onder. We proberen ook continu te kiezen voor duurzamere alternatieven; zoals dunner materiaal of mono materiaal. De duurzaamheidsladder laat onze visie goed zien.

Waarom de focus op hernieuwbare grondstoffen?
We - als mensheid - overconsumeren. We verbruiken ruim 1,7 keer de capaciteit van de aarde. De planeet kan daardoor niet herstellen. Als we de focus leggen op grondstoffen die binnen 1 jaar groeien, dan kan de aarde daar veel eenvoudiger van herstellen. Ze onttrekken we geen waardevolle grondstoffen uit de aarde om verpakkingen van te maken.

In 2019 zaten we op een percentage rond de 25%. We zijn er dus nog niet! We zijn er echter ook achter gekomen dat we niet 100% zuiver kunnen meten. Dat is dus een belangrijk verbeterpunt in 2020.

Samen met Searious Business hebben we eind 2019 onze top 20 plastics in kaart gebracht en zijn er duurzame alternatieven gezocht. Samen met de klanten kijken we in 2020 naar de haalbaarheid van de alternatieven. Zo starten met pilots met twee grote food retailers.

3 Stakeholders en materialiteitsanalyse

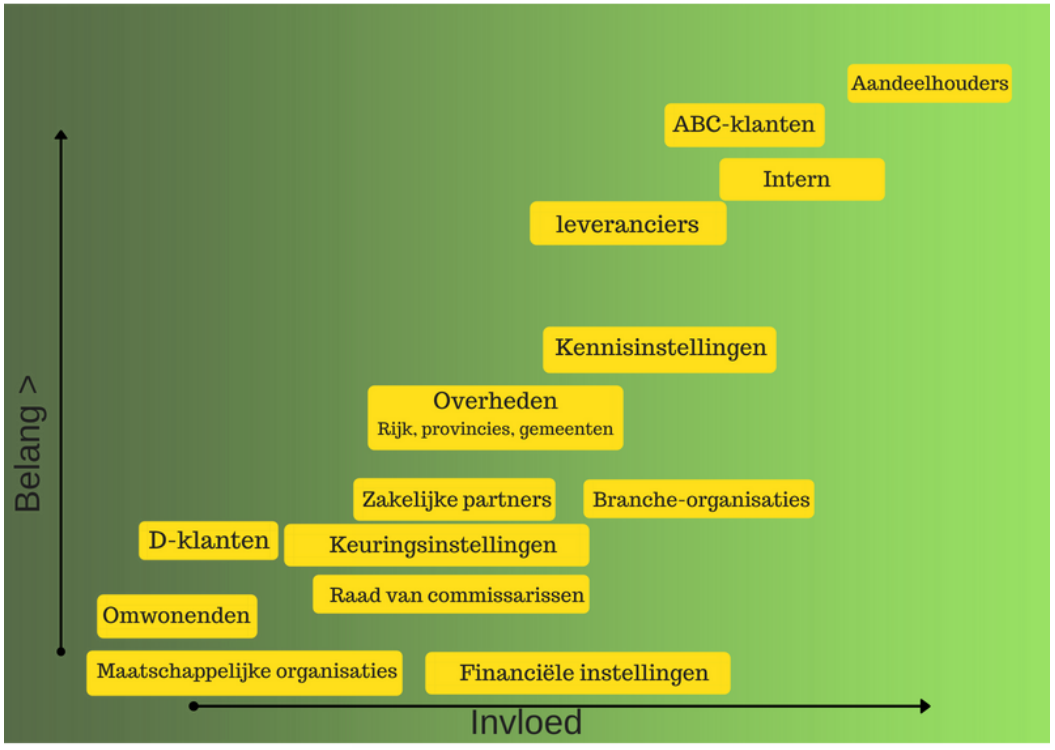
Wij vinden het belangrijk om inzicht te hebben in onze omgeving. Van het bedrijfsleven wordt verwacht dat zij haar activiteiten op een maatschappelijk verantwoorde manier uitvoert. Wij streven naar meer dan tevreden klanten, zowel intern als extern. Daarom betrekken wij zoveel mogelijk onze stakeholders 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.

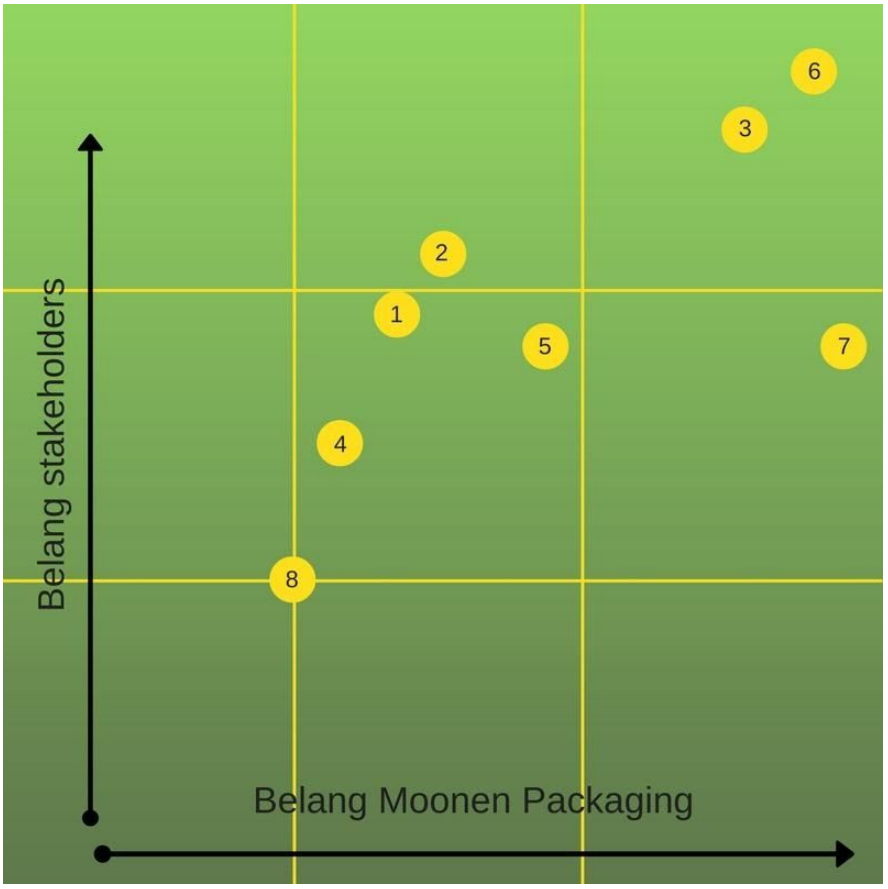


3.2 Materialiteitsanalyse

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 fysische 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 sinds 2018 de focus op leggen. 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.

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.

Onze doelstelling is om in 2030 alleen nog verpakkingen te verkopen van hernieuwbare (of gerecyclede) grondstoffen

1. Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI)
   Bij het inkoopproces wordt ook rekening gehouden met sociale en milieuaspecten. Inkoop is verantwoordelijk voor het hanteren van dit proces.
2. Circulair betaalmiddel (United Economy)
   Naast duurzame producten, zetten we ook een duurzaam betaalmiddel in.
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.

We streven ernaar om eind 2030 CO2 neutraal te zijn.

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. Het afval dat we nog overhouden wordt op een juiste manier verwerkt en waar mogelijk opnieuw hoogwaardig ingezet. Dit doen we samen met Renewi.
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 werken wij samen met Searious Business.
Dit doen we enerzijds door de doelstelling die ook bij 4.1 is vermeld. En anderzijds door onze top 20 plastics (o.b.v. gewicht) in kaart te brengen en met klanten aan tafel om alternatieven aan te dragen.

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. Reductie van plastic folie afval
   Vanuit KTO in 2018 is naar voren gekomen dat (klein en middel) klanten behoefte hebben aan minder folie verspilling vanuit Moonen Packaging. We gebruiken daarnaast sinds halverwege 2019 BIO-PE. Deze stretchfolie bestaat voor 60% uit biobased plastic. Het materiaal is technisch identiek aan reguliere folie en kan op dezelfde manier gerecycled worden.

5 Resultaten 2019

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

5.1 MVO-prestatieladder 4

In 2019 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

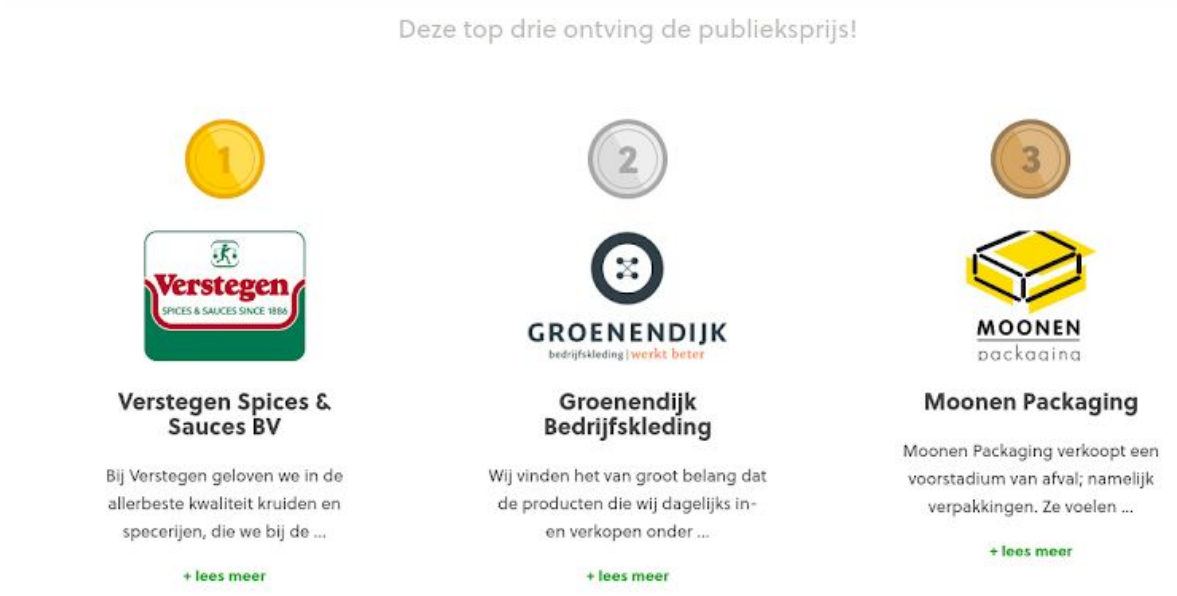
Op 31 mei 2018 hebben wij onze 3de Lean & Green ster in ontvangst genomen. Dit is een enorme prestatie, en laat zien dat wij koploper zijn als het aankomt op CO2-reductie. Wij doen er alles aan om dit vol te houden en ook koploper te blijven.

We hebben deze prestatie vooral bereikt door te kijken naar onze outbound logistiek. In 2019 hebben we met name de inbound logistiek verder weten te verduurzamen, middels o.a. treinzendingen. We zijn in 2019 ook begonnen met het meten van CO2 uitstoot voor onze outbound zendingen met Thijs Logistiek. Deze metingen worden besproken met klanten en samen kunnen we dan verduurzamen. De besparing in CO2 is dan ook inzichtelijk. In 2020 gaat Transmission deze gegevens ook voor de parcel zendingen aanleveren.

5.3 Bronzen medaille

Op 5 december 2019 hebben we de bronzen medaille voor ‘Het Duurzaamste Bedrijf van Nederland’ gewonnen. Het is een publieksprijs waarbij online gestemd kon worden. Alleen Verstegen Spices & Sauces en Groenendijk bedrijfskleding ontvingen meer stemmen.

De prijs is in het leven geroepen door Stichting Nederland CO2 Neutraal.



5.4 Stack-it

Onze circulaire koffiebeker Stack-it is - wat ons betreft - de beste koffiebeker 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.

5.5 In de regio

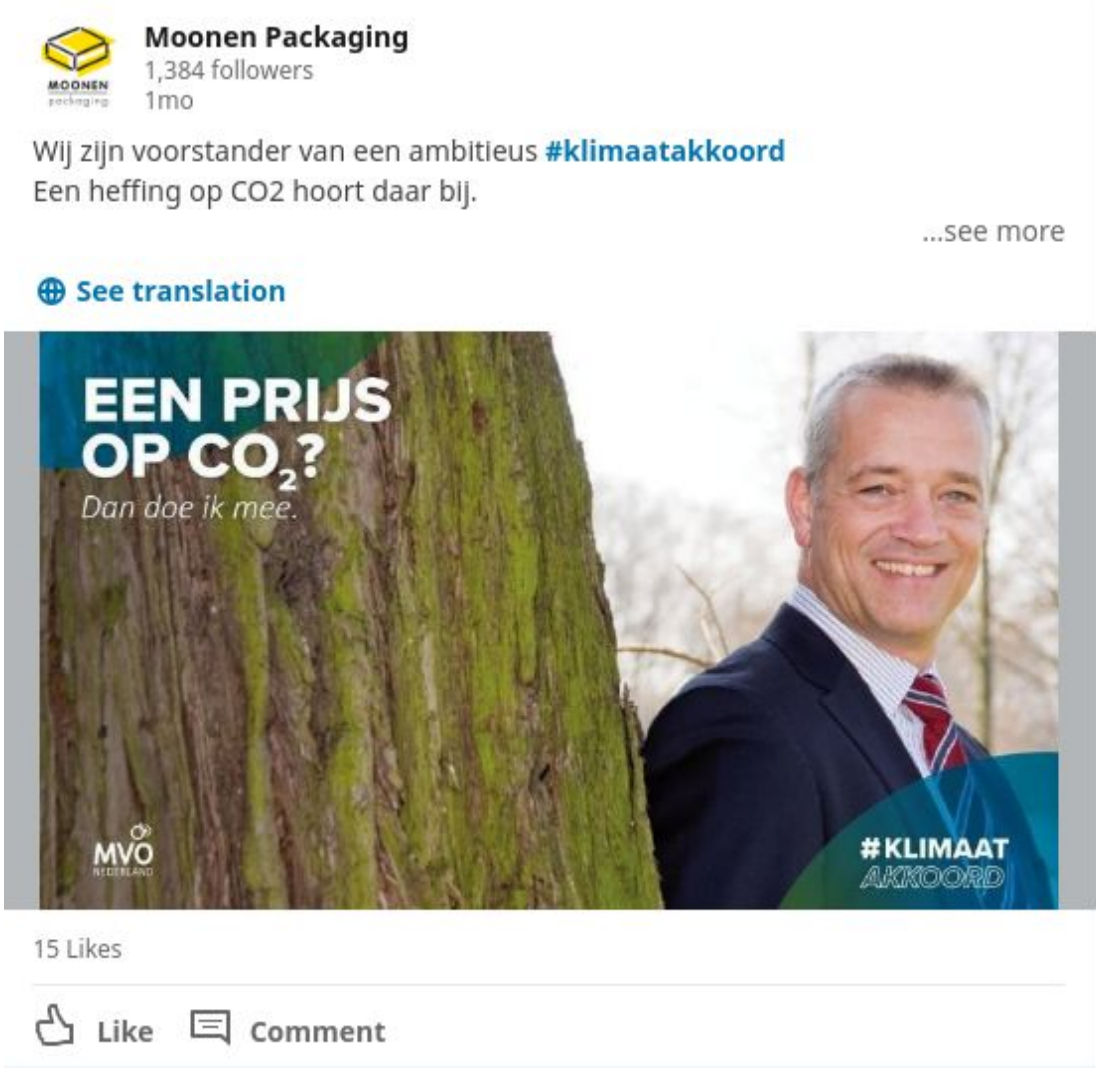
We hebben een aantal zaken in de regio op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen opgepakt. Een selectie daarvan staat hieronder.

- Op 14 mei hebben we een meeting van Keyport gehost. Hier zijn ondernemers uit de regio bijgepraat, o.a. over Stichting IndySym.
- 3 september hebben wij internationale studenten verteld over duurzaam ondernemen en de winstgevendheid voor zowel bedrijf áls de natuur.
- Op vrijdag 20 september - voorafgaand aan World Clean Up Day - is op ons initiatief het bedrijventerrein opgeruimd.

5.6 In de media

5.6.1. #klimaatakkoord

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



5.6.2 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.

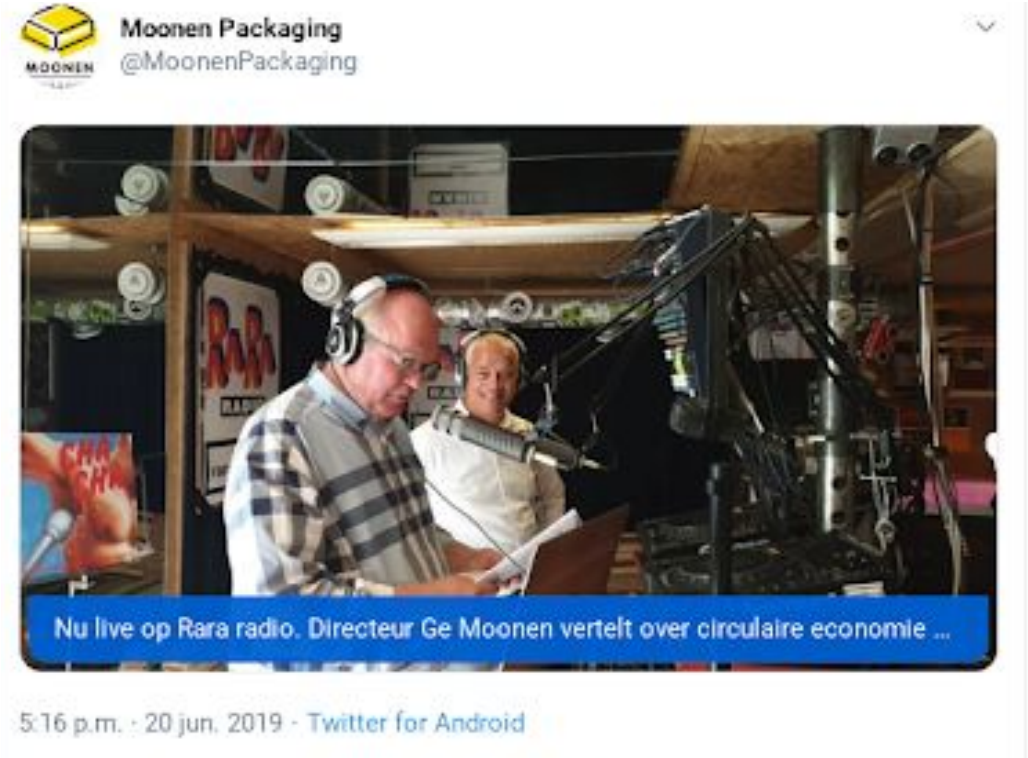
https://www.trouw.nl/groen/hoe-groen-is-de-groene-koffiebeker-het-is-maar-hoe-je-het-bekijkt~aaa97a51/

5.6.3 Nederland Circulair

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

5.6.4 Radio Circulair

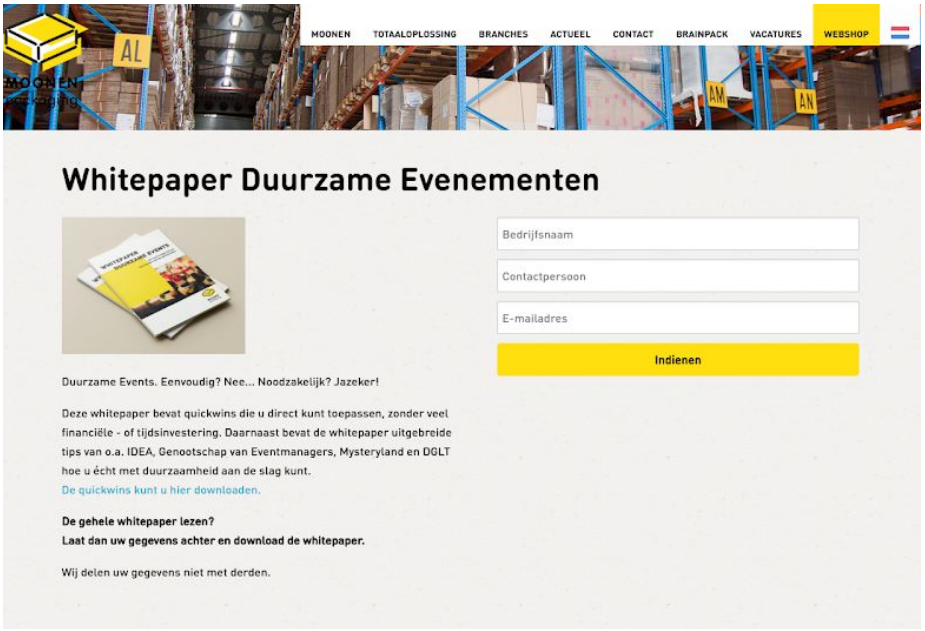
Op 20 juni is Gé Moonen te gast bij Radio Circulair van Bas Luiting. Hij heeft daar onze visie gegeven op circulaire economie.



5.6.5 Whitepaper Duurzame Evenementen

In juni 2019 hebben we een whitepaper gelanceerd met tips om evenementen te verduurzamen. Deze whitepaper is samengesteld n.a.v. diverse interviews met DGTL, Het Genootschap van Eventmanagers, IDEA en Mysteryland.

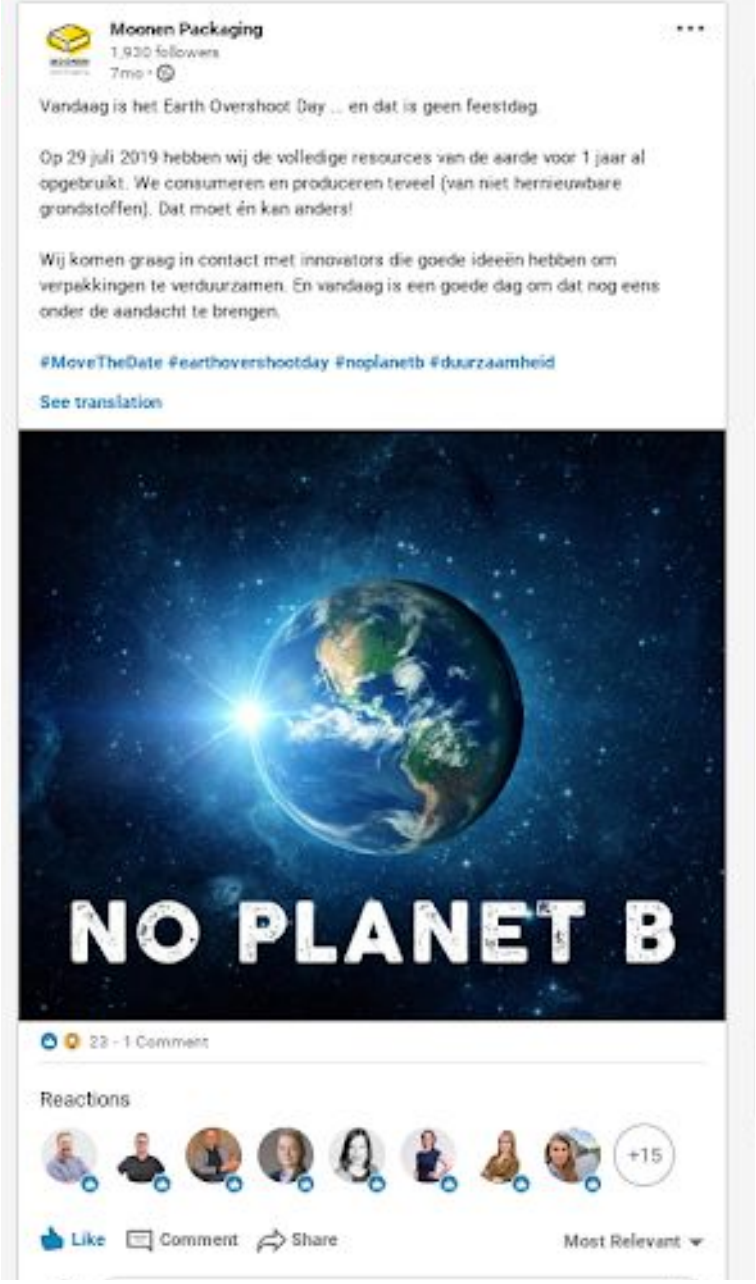
De whitepaper is gratis te downloaden.



5.6.7 Earth Overshoot Day

Earth Overshoot Day is de basis voor onze visie op duurzaamheid. We overconsumeren en de aarde kan niet herstellen van onze aanwezigheid. Dat is voor ons de aanleiding om anders te kijken naar ons business model.

We vragen hier dan ook jaarlijks aandacht voor.



5.6.8 BOB debat Duurzaam Verpakken

Tijdens een BOB debat heeft Gé Moonen de visie van Moonen Packaging verteld. Het thema duurzaam verpakken sluit natuurlijk goed aan bij onze business.

5.6.9 Green Quest BNR Nieuwsradio

Op maandag 23 september was Gé Moonen te gast bij BNR Nieuwsradio. In het programma The Green Quest van Harm Edens wordt aandacht gegeven aan duurzame innovaties, die Nederland nodig heeft om de klimaatdoelstellingen te halen.

Gé heeft hier ons circulaire koffieconcept Stack-it toegelicht.

#4 Van Moonen Packaging maakt koffiebekers van suikerrietafval

#4 VAN MOONEN PACKAGING MAAKT KOFFIEBEKERS VAN SUIKERRIETAFVAL

BNR Webredactie / maandag 23 september 2019, 16:00

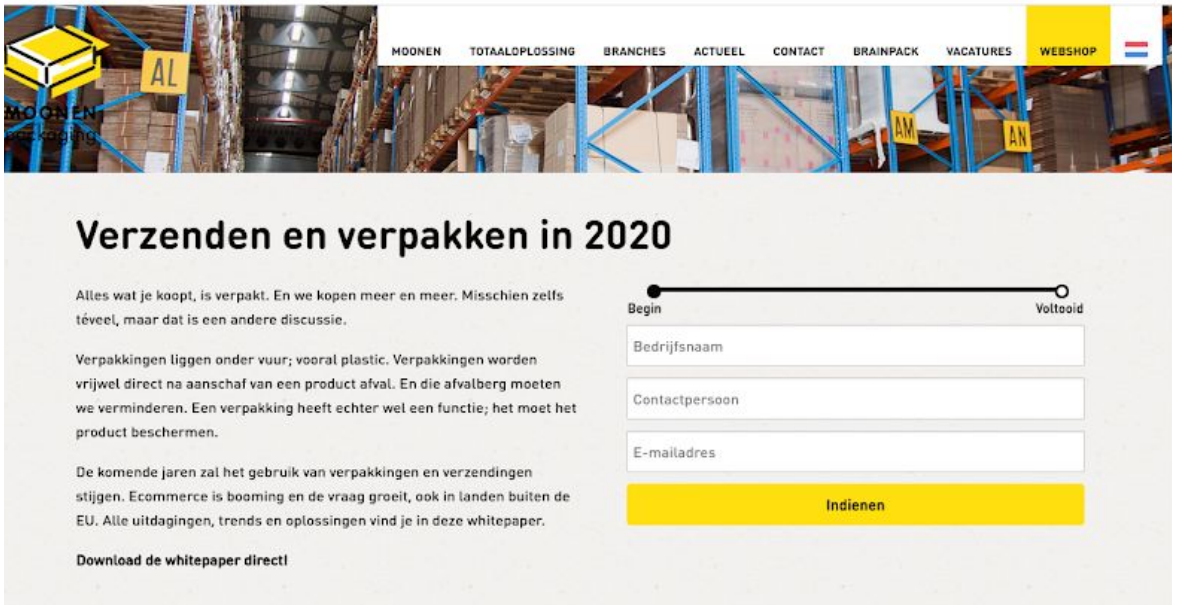
Moet ons oude vertrouwde bakkie pleur nou ook nog anders? Ja zegt Maarten van Keulen van The Circulair Coffee Collective. Alle stappen in de keten moeten duurzaam.

#4 Van Moonen Packaging maakt koffiebekers van suikerrietafval

En aan het eind van die keten staat Moonen Packaging met hun wegwerp koffiebekers van suikerrietafval. Waarom zijn hun wegwerpbekers minder slecht dan andere opties? Gé Moonen legt het uit.

Marleen Prins, Chief HR-officer van Engie is als jurylid bij deze uitzending aanwezig.

5.6.10 Whitepaper Verzenden en verpakken in 2020



Eind 2019 is de whitepaper Verzenden en Verpakken 2020 gelanceerd. In deze whitepaper vragen wij aandacht voor het zesde elemente van total cost of shipping, namelijk CO2 / milieu footprint.

5.7 Sponsoring / lidmaatschappen

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

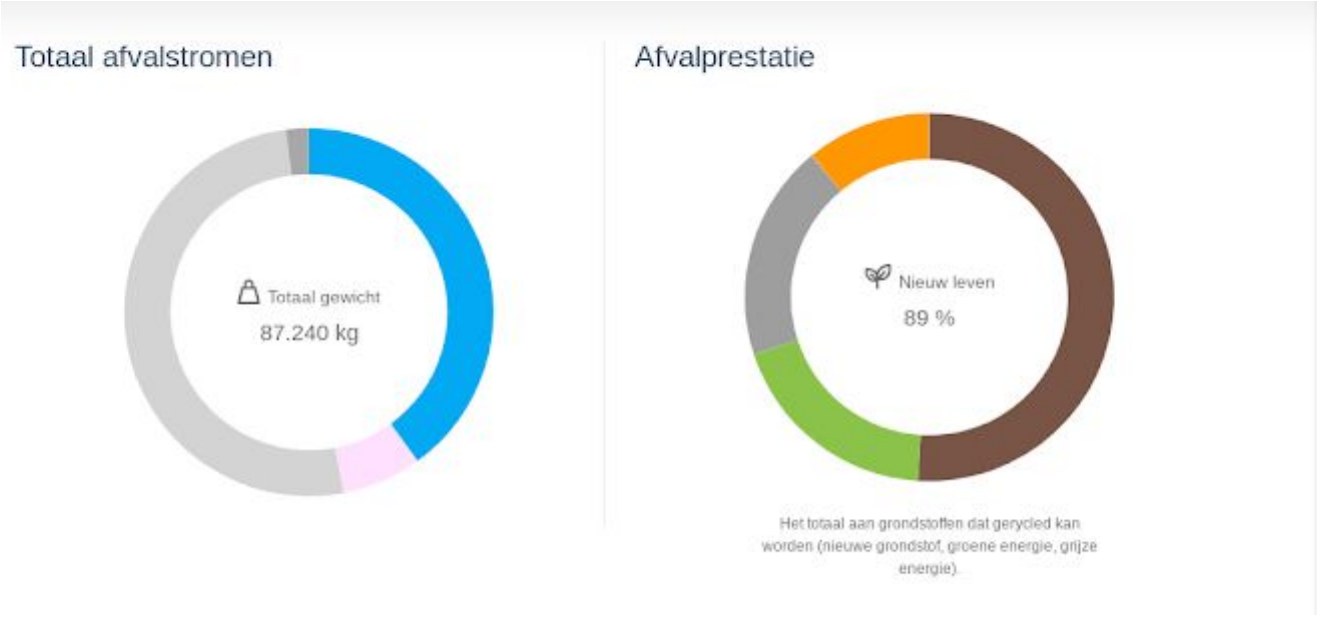
- Koploper binnen MVO Nederland
- Lid e-Fulfillment Hub
- Sponsor van MVO Manager van het Jaar
- Vriend van Nudge
- Sponsor Stichting ‘t Kietelt
- Sponsor Pollinators
- Organisator Brainpack 2020

5.8 Waste management

Wij gaan zorgvuldig om met ons afval en proberen dat continu te verminderen. In 2019 is het afval gescheiden opgehaald in het magazijn, maar nog niet op kantoor. In 2020 gaan we verhuizen. In het BREEAM Excellent bedrijfspand wordt het afval ook bij het kantoor gescheiden ingezameld en opgehaald.

In 2019 is er in totaal 87.240 kg weggegooid, waarvan 53% papier, 7% kunststof en 40% restafval.

89% van ons afval heeft een nieuw leven gekregen, of als grondstof of als groene/grijze energie.



Bron: Renewi Performance Monitor

In vergelijking met vorig jaar is er minder afvalscheiding geweest, maar het behoud van grondstoffen en de vermeden CO2 uitstoot is wel toegenomen. In 2020 wordt dit verder verbeterd.

Bron: Renewi Performance Monitor

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 2019 – 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: marketing@moonenpackaging.com

Uitgave 2020

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	Dialoog 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 kunstoffen 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	Dialoog		
Omwonenden	Dialoog	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 díe talenten te benutten.
Zakelijke partners	Dialoog	Goede arbeidsomstandigheden Veilige werkomstandighed en Kennisoverdracht Ontwikkelingsmogelijkheden medewerkers	Werktijden zijn contractueel overeengekomen en worden vanuit bedrijfsregelement operationeel gemaakt met in achtneming 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 ontplooien, zowel qua werk als persoonlijk. In ondernemingsplan zijn doelen gepland inzake verbetering persoonlijke ontwikkeling en doorgroei. Wij hanteren een open opleidingsbeleid.
Klanten	Dialoog	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	Dialoog	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	Dialoog	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.