

MVO Beleid



Inhoudsopgave

I. Inleiding.....	2
II. Opbouw van dit beleidsstuk.....	2
1. Motieven MVO.....	3
2. People	
2.1. Goed werkgeverschap.....	3
2.2. Maatschappelijke betrokkenheid.....	3
2.3. Eerlijk zakendoen.....	3
3. Planet	
3.1. Duurzame mobiliteit.....	4
3.2. Terugbrengen van CO2 uitstoot.....	4
4. Profit	
4.1. Partnerships.....	4
4.2. Investeren in duurzame innovatieve voorzieningen.....	5

I. Inleiding

Als het op verantwoord ondernemen aankomt, zijn onze ambities groot. Groei is voor ons méér dan alleen investeren in meer omzet. Groei betekent voor ons werken in een organisatie die zich duurzaam ontwikkelt en een balans vindt tussen economisch, sociaal en ecologisch kapitaal. Het door de Verenigde Naties gesponsorde rapport van de Brundtland Commissie beschrijft duurzaam ontwikkelen als:

“Sustainable development is development that meets the need of the present generation without compromising the ability of future generations to meet their own needs.”¹

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) kan volgens de Sociaal Economische Raad omschreven worden als “het bewust richten van de ondernemingsactiviteiten op waardecreatie op langere termijn in de drie dimensies People, Planet en Profit, gecombineerd met de bereidheid de dialoog met de samenleving aan te gaan”². Het gaat over het handelen van vandaag met respect voor de toekomst. Wij hebben de aarde niet geërfd van onze ouders maar enkel in bruikleen van onze kinderen. Een goede harmonie tussen de onderdelen People, Planet en Profit biedt dus een solide basis voor de toekomst.

II. De opbouw van dit beleidsstuk

In hoofdstuk 1 wordt er ingegaan op de motieven om MVO centraal te stellen. Daarna volgen de hoofdstukken waar de thema's People, Planet en Profit behandeld worden. In hoofdstuk 2 is beschreven hoe we omgaan met het thema People. Bij dit thema gaat het om zowel mensen binnen als buiten de onderneming: medewerkers, leveranciers en de samenleving als geheel. In hoofdstuk 3 wordt het thema Planet behandeld. Het thema Planet houdt in dat de bedrijfsactiviteiten binnen ecologische randvoorwaarden plaatsvinden. In het laatste hoofdstuk wordt er ingegaan op het thema Profit. Bij dit thema ligt de focus op betrokkenheid bij de maatschappij.

¹ from the World Commission on Environment and Development's (the Brundtland Commission) report Our Common Future (Oxford: Oxford University Press, 1987)

² <https://www.ser.nl/nl/publicaties/adviezen/2000-2009/2000/b19054.aspx> (geraadpleegd op 18-08-2016)

1. Motieven MVO

De Validata Group is marktleider in Nederland op het gebied van screenen en is van mening dat het nemen van een voorbeeldrol hierbij belangrijk is. De Validata Group biedt haar diensten aan via de labels CV-OK, Vrijwilliger-OK en Wonen-OK. De reden om MVO centraal te stellen, wordt gevonden in onze eigen overtuiging. Al vanaf de start geloven wij in duurzame relaties en het nemen van maatschappelijk verantwoordelijkheid. De Validata Group ziet het als haar taak maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen voor de gevolgen van haar activiteiten.

2. People

In ISO 26000, de richtlijn voor MVO, bestaat het thema People uit de onderdelen die samen zijn te vatten in goed werkgeverschap, maatschappelijke betrokkenheid, mensenrechten en eerlijk zaken doen. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de relevante onderdelen hiervan voor de Validata Group.

2.1. Goed werkgeverschap

De Validata Group hecht veel waarde aan een prettige werksfeer waarin er ruimte is voor inbreng, eigen verantwoordelijkheid en ontplooiing van de werknemers. Werknemers hebben bijvoorbeeld de mogelijkheid om trainingen en cursussen te volgen. Een ander belangrijk speerpunt binnen de organisatie is voldoende ruimte bieden voor het combineren van arbeid- en zorgtaken.

2.2. Maatschappelijke betrokkenheid

Met de Validata Foundation beogen wij de positie van kansarmen op de arbeidsmarkt te vergroten. Het is ons streven om verschillende projecten te steunen die zich hierop richten. De Validata Foundation haakt hiermee aan op Artikel 23.1 van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens (UVRM):

“Een ieder heeft recht op arbeid, op vrije keuze van beroep, op rechtmatige en gunstige arbeidsvoorwaarden en op bescherming tegen werkloosheid.”

De stichting zorgt voor de realisatie van maatschappelijke impact, we steunen projecten die direct de levens van kansarmen op de arbeidsmarkt op een positieve manier beïnvloeden. Vanuit ons label CV-OK worden de inkomsten voor de stichting gegenereerd omdat dit label, net zoals de stichting, zich richt op de arbeidsmarkt.

2.3. Eerlijk zakendoen

De Validata Group is een klantgerichte organisatie die overtuigd is van de kracht van transparantie en integriteit. Als marktleider op het gebied van het screenen van mensen en organisaties helpen wij onze opdrachtgevers om, wereldwijd, veel betere beslissingen te nemen bij het aangaan van nieuwe, of het continueren van bestaande samenwerkingen. De Validata Group levert via haar dienstverlening een concrete bijdrage aan een beter functionerende en veiligere werkomgeving. Onze opdrachtgevers weten dat zij dankzij de Validata Group voldoen aan de relevante wet- en regelgeving en toenemende compliance eisen.

3. Planet

Het thema Planet bestaat volgens de ISO 26000 onder andere uit duurzame mobiliteit, het voorkomen van milieuvervuiling, terugbrengen van CO₂ uitstoot en het gebruik van duurzame grondstoffen. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de relevante onderdelen hiervan voor de Validata Group.

3.1. Duurzame mobiliteit

Als organisatie hebben wij de voorkeur om mensen aan te nemen die per fiets of openbaar vervoer naar kantoor kunnen komen om zo duurzame mobiliteit te stimuleren. Voor een deel van onze werknemers hebben we een GreenWheels abonnement, we delen hierdoor een auto en alleen voor noodzakelijk gebruik.

3.2. Terugbrengen van CO₂ uitstoot

De Validata Group zorgt voor minder gebruik van papier bij al onze klanten omdat ons proces volledig gedigitaliseerd is. Dit betekent ook dat we zelf nauwelijks papier gebruiken omdat we digitaal werken en zaken zoals facturatie digitaal afhandelen.

We nemen verder energie en gas af bij de energieleverancier Vandebron. Bij VandeBron is de energie 100% groen, gewonnen uit windenergie, bio-energie, zonnen-energie en waterenergie. Het is nog niet mogelijk om te kiezen voor groen gas bij een landelijke energieleverancier. Vandebron levert aardgas van Gasterra met CO₂ compensatie van de Gold Standard. Dit is het strengste keurmerk op gebied van klimaatcompensatie. Naast het terugdringen van CO₂, leveren hun projecten ook een bijdrage aan de lokale samenleving.

Wij laten verder de lunch verzorgen door een lunchdame, zij koopt voornamelijk lokale producten in met zorg voor het welzijn van dier en milieu.

4. Profit

Het thema Profit omvat volgens de ISO 26000 de betrokkenheid van de organisatie bij de ontwikkeling van de maatschappij. Samenwerking en partnerships en het investeren in duurzame innovatieve voorzieningen zijn veelvoorkomende onderwerpen op de Profit-dimensie.

4.1. Partnerships

Vanuit het label CV-OK wordt er een deel van de winst afgedragen naar de Validata Foundation. De foundation kan hierdoor projecten steunen die zich bezig houden met het verbeteren van de positie van kansarmen op de arbeidsmarkt. Deze projecten worden uitgevoerd door organisaties waarmee wij een partnerships hebben.

4.2. Investeren in duurzame innovatieve voorzieningen

We hebben het label Vrijwilliger-OK opgezet om bij te dragen aan een veiliger verenigingsklimaat. We begonnen met het screenen van vrijwilligers die werken voor sportclubs. We merken dat er vanuit andere organisaties die werken met vrijwilligers ook een behoefte is om te screenen zodat we de handen ineen kunnen slaan om een zo veilig mogelijke omgeving creëren voor kinderen of hulpbehoevenden. Deze screenings voeren wij uit zonder winstoogmerk, zodat het screenen van vrijwilligers laagdrempelig blijft voor organisaties die afhankelijk zijn vrijwilligers.

Tot slot, laten we onze koffiebonen leveren door Moyee, deze koffiebonen worden lokaal gebrand en is daarmee onderdeel van FairChain. FairChain is een productie-consumptie relatie tussen de boer en de consument. Hierdoor zorgen zij ervoor dat meer toegevoegde waarde in het koffieproducerende land blijft. Deze eenvoudige verschuiving in de koffieketen verbetert het leven van miljoenen mensen op een positieve manier.

