

Trends



Sustainability Partner[®]



i Gespecialiseerd vrachtvervoer omwille van de lage waterstand op de Rijn

Kmo's moeten nu zo snel mogelijk schakelen, want anders wordt het heel moeilijk om nog bij te benen.



Dennis Duinslaeger

MANAGING PARTNER
BIJ SUSTAINABILITY
PARTNER

Inzetten op duurzaamheid loont voor kmo's

Kmo's die actie ondernemen op het vlak van duurzaamheid maken hun bedrijf niet alleen sterker, maar ook toekomstbestendig. **Tekst:** Sharon Eeckhout

Sustainability Partner helpt kmo's om de juiste keuzes te maken en om duurzaamheid te vertalen naar concrete acties en resultaten. "Wij maken hen klaar voor de toekomst", zegt Managing Partner Dennis Duinslaeger.

Waar staan kmo's nu op het vlak van duurzaamheid?

"Kmo's peddelen nog te vaak achter de grote bedrijven. Die laatste zijn al langer verplicht om in te zetten op duurzaamheidsrapportering en hebben sustainability teams opgericht en hun strategie uitgedokterd. Ze hebben daardoor inzicht gekregen in de belangrijkste risico's en opportuniteiten in de hele waardeketen. Kmo's staan vaak nog aan het begin van die reis. Maar vaak zijn ze toeleveranciers van die grote bedrijven en krijgen ze wel vragen over duurzaamheid. Zo komen ze in een situatie terecht waarin het nog niet verplicht is om met duurzaamheid bezig te zijn, maar waar het vanuit commercieel en

economisch oogpunt wel nodig is om actie te ondernemen. Kmo's moeten dus zo snel mogelijk schakelen. Anders wordt het heel moeilijk om nog bij te benen."

Wat zijn de risico's als je er nog niet mee bezig bent?

"Bedrijven die er nu nog niet over nadenken, zullen terrein verliezen op diegenen die dat nu wel al doen. Op termijn gaan ze zichzelf vastrijden, want zowel banken, leveranciers en klanten zullen steeds meer acties vragen op het vlak van duurzaamheid. Daarnaast loop je het risico dat je ergens in je toeleveringsketen iets over het hoofd ziet. Door de aanhoudende droogte kan het misschien zijn dat een basisproduct dat jij nodig hebt niet geleverd kan worden. Of misschien is er een reputatierisico verbonden aan een product dat jij verwerkt. Maar evengoed mis je opportuniteiten of kostenbesparingen door bijvoorbeeld je verpakking niet te verkleinen. Door daarover proactief na te denken en actie te ondernemen, heb je een voordeel ten opzichte van je concurrenten.

Hoe kan Sustainability Partner daarbij helpen?

"Wij nemen de activiteiten van het bedrijf, klanten en toeleveranciers onder de loop. Veel kmo's denken dat ze de data niet hebben of dat het veel tijd zou kosten om die te verzamelen en analyseren. Wij nemen die administratie van hen weg. Met onze AI-tool kunnen we info veel sneller en efficiënter distilleren uit facturen en andere werkdocumenten. Met die inzichten stellen we een strategie op met concrete acties. Want duurzaamheid creëert waarde. Het is het versterken van je economische strategie. Kapitaal is niet oneindig en dus moet je de juiste keuzes maken. We willen vermijden dat kmo's zich verliezen in grote rapporten zonder resultaat, wat nog te vaak gebeurt. Daarnaast helpen we bedrijven ook om certificaten zoals B-corp of Ecovadis te behalen. Zo kan je aantonen dat je stappen zet om een duurzame business te creëren. De lat om die certificaten te behalen komt ook elk jaar hoger te liggen. Je moet dus continu nadenken over wat er beter kan."

Brengt dit niet veel werk met zich mee?

"Kmo's hebben vaak te weinig mensen en te weinig tijd om hiermee bezig te zijn. Wij kunnen hen daar in ondersteunen met een deeltijdse duurzaamheidsmanager op maat. Zo kunnen kmo's zich bezighouden met de kern van hun business, terwijl ze kunnen steunen op de kennis en kunde van een expert. Al is het wel de bedoeling dat het bedrijf het op termijn zelf kan verderzetten."

Goede raad voor kmo's die nog moeten beginnen?

"Focus op concrete en relevante acties. Vraag je af wat er voor jouw bedrijf of voor jouw product belangrijk en prioritair is. Veel bedrijven hebben geen globaal beeld of overzicht over hun keten. Je brengt geen waarde als je niet met de juiste dingen bezig bent. Denk ten slotte niet na over een aparte duurzaamheidsstrategie, maar eerder over hoe je bedrijfsstrategie duurzaam te maken."

Hoe zal duurzaamheid evolueren?

"Wie vroeger met duurzaamheid bezig was, deed dat vooral uit idealisme. De eerste golf, als het ware. Nu worden steeds meer bedrijven zich bewust van het feit dat ze erop moeten inzetten omwille van verplichtingen of om hun financiële resultaten te behouden. Dat is de tweede golf. Maar binnen 5 à 10 jaar zie ik bedrijven een businessmodel opzetten waarbij ze meer gaan teruggeven dan wat ze nodig hebben en meer circulair werken. Dat is de derde golf. Zo gaan ze waarschijnlijk meer water zuiveren dan ze verbruiken of meer zonnepanelen leggen dan nodig, recycleren of bijproducten anders inzetten. Als bedrijven eenmaal de stap zetten, gaan ze er ook zelf meer over nadenken. Ze gaan bekijken welke oplossingen er bij hen passen en welke niet. Hen die stappen laten zetten, dat is ons doel en onze missie." ■

Denk niet na over een aparte duurzaamheidsstrategie, maar wel over hoe je bedrijfsstrategie duurzaam te maken.

