

MANIFEST

Maatschappelijk Verantwoord Inkopen en Ondernemen

Inleiding

De Chief Procurement Officers (CPOs) van private en publieke bedrijven hebben het initiatief genomen tot het opstellen van een Manifest Maatschappelijk Verantwoord Inkopen en Ondernemen.

Bedrijven kopen dagelijks producten en diensten in. Hierbij wordt een keuze gemaakt op basis van verschillende criteria, bijvoorbeeld voldoen aan de technische specificaties, kwaliteit, logistiek en prijs. Het is nog niet altijd vaste praktijk dat er ook met milieu- en sociale aspecten rekening gehouden wordt bij de keuze van producten en diensten. De ondertekenaars van dit Manifest zouden dat graag anders zien, en willen daar met dit Manifest een positieve bijdrage aan leveren.

De doelstellingen zijn dat op deze manier de markt voor duurzame producten en diensten een stevige impuls krijgt, dat er door nog meer maatschappelijk verantwoord inkopen wordt bijgedragen aan het als organisatie maatschappelijk verantwoord ondernemen, en dat de ondertekenaars een inspiratie zijn voor andere bedrijven en hun (toe)leveranciers.

Afspraken

Met het ondertekenen van dit Manifest wil de ondertekenaar uitspreken om nog meer het aanbieden van maatschappelijk verantwoorde producten en diensten te stimuleren door zelf maatschappelijk verantwoord in te kopen en zo bij te dragen aan het maatschappelijk verantwoord ondernemen van het bedrijf.

Maatschappelijk Verantwoord Inkopen betekent rekening houden met de milieu- en sociale aspecten van producten en diensten die ingekocht worden. Bij milieu aspecten gaat het om het effect van een product of dienst op het milieu, bijvoorbeeld CO₂-uitstoot of gebruik van gevaarlijke chemische stoffen. Bij sociale aspecten gaat het onder meer om het respecteren van de mensen- en arbeidersrechten.

Concreet betekent dit dat de ondertekenaars van dit Manifest streven naar afspraken met de budgethouders dat in het inkoopbeleid het volgende wordt opgenomen:

Bij een offerte aanvraag, inkooptraject of aanbesteding wordt vooraf aan de leverancier bekend gemaakt dat milieu- en sociale criteria meewegen in de beslissing tot aankoop van een product of dienst.

De organisatie maakt gebruik van de milieu- en sociale criteria geformuleerd door bijvoorbeeld AgentschapNL en/of formuleert zelf milieu- en sociale criteria.

De organisatie daagt de leveranciers uit om samen te komen tot alternatieven die beter dan de huidige voldoen aan de maatschappelijk verantwoorde criteria van vandaag.

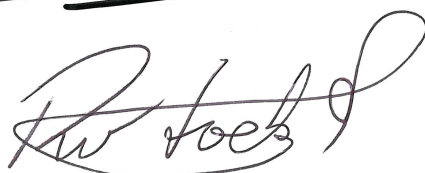
Op deze manier geeft de organisatie een signaal af aan leveranciers dat zij belang hecht aan maatschappelijk verantwoord inkopen en ondernemen. In de verwachting dat dit leidt tot een positieve bijdrage aan duurzaam ketenmanagement.

Cofely Nederland NV
Dhr. H. Blokland
CEO



COFELY
GDF SUEZ

Dhr. R.I. van Hoek
CPO



3 maart 2011

Een initiatief van:

achmea

AkzoNobel

an

delta lloyd

essent

Heineken

ING

Unlimited. DSM

FrieslandCampina

KLM
Royal Dutch Airlines

PHILIPS
sense and simplicity

kpn

AS

Rabobank

Rijksoverheid

NEVI

J.W. (Wim) Dressel
Voorzitter Dagelijks Bestuur

