

1. Bedrijfs ID

Naam van het bedrijf:	Triip Ltd.
Sector:	Drukkerij
Core Business / Belangrijkste activiteiten:	Drukken en ontwerp
Stad/Land:	Tartu/Estonia
Opgericht in het jaar:	1993
Aantal vestigingen (2004):	1
Website:	www.triip.ee (in Estse taal)
Aantal medewerkers (2004):	Fulltime 15 Part-time 0 vrouwen 9 Mannen 6
Omzet in 2004 (€):	900 000

2. Praktijkvoorbeeld in verantwoord ondernemen – belangrijkste punten

MVO velden in goede ervaring:	<input type="checkbox"/> Bedrijfsethiek <input type="checkbox"/> Werkomgeving <input checked="" type="checkbox"/> Milieu <input checked="" type="checkbox"/> Ketenbenadering <input type="checkbox"/> Maatschappij
MVO onderwerp(en):	<input checked="" type="checkbox"/> Milieubewust management <input checked="" type="checkbox"/> Zaken doen en produceren met behoud van het milieu <input checked="" type="checkbox"/> Milieu metingen en rapportage <input checked="" type="checkbox"/> Betrokkenheid bij gemeenschap en personeel
Belangrijkste redenen om verantwoord te ondernemen:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ De persoonlijke interesse en achtergrond van de managers, wereldvisie en waarden ▪ Het onderscheiden van het bedrijf t.o.v. de concurrentie ▪ Een omgeving creëren waar ze iedere dag in willen werken ▪ Zorg voor de medewerkers: belang in langdurige samenwerking, daarvoor zorgen dat ze niet oververmoeid raken, er voor zorgen dat ze hun werktijd zo productief mogelijk kunnen besteden in een prettige omgeving en atmosfeer ▪ Bijdragen aan het bewustzijn verbeteren over een milieu vriendelijke leefwijze door de medewerkers en hun familie goede ervaringen te geven
Enkele MVO voorbeelden die in het brede MVO veld herkend zijn:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gebruik van groene energie voor alle energie, dat nodig is ▪ Het bedrijfsgebouw is gebouwd met ecologisch verantwoorde materialen en constructie uitgangspunten ▪ Behoud van het 'eigen' bos dat door de medewerkers en hun familie gepland is ▪ Het milieubewust printen in Estland geïntroduceerd
Zijn de goede praktijkvoorbeelden geïntegreerd in een breder bedrijfsstrategie? Ja/Nee?/Hoe?	<p>Ja:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Klanten aantrekken die de waarde inzien van milieubewuste ontwikkeling en groene producten ▪ Zichzelf onderscheiden t.o.v. de concurrentie
Zakelijke voordelen:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Onderscheid op de markt dank zij ecologisch verantwoorde producten ▪ Trouwe klanten ▪ Verbetering van de motivatie van het personeel, een erg laag verloop onder het personeel ▪ Aantrekkelijke werkgever geworden waar mensen graag willen werken ▪ Een goede reputatie en bekend geworden in heel Estland door veel aandacht van de media (TV, krantenartikelen)
Belanghebbenden/bevoordeelde	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medewerkers inclusief het management

groepen door uitvoering van een goed MVO praktijk:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klanten ▪ Leveranciers ▪ De gemeenschap in het algemeen en het milieu
Voordelen voor de maatschappij en belanghebbenden:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gezonder, vrolijker, meer prestatieve, productieve en creatieve werkomgeving voor medewerkers ▪ Verhoging van het milieubewustzijn, een groene visie op het leven aan iedereen opleggen die in contact komen met het bedrijf ▪ Verbetering van het milieu – recycling van papier stimuleren, bosbehoud, gebruik van herbruikbare energie
Met wie en hoe communiceert het bedrijf over haar activiteiten:	<p>Met de klanten, partners en de gemeenschap in het algemeen door middel van de volgende manieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De web site van het bedrijf en de 'groene drukwerk' web site ▪ Media ▪ Introductie materialen naar advertentie agentschappen ▪ Banners op web pagina's die gerelateerd zijn aan milieu en een milieuvriendelijke levensstijl
Prijzen / Certificaten / Eerbewijzen:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Groene energie certificaat behaald in 2001 ▪ Op de in 2003 gehouden wedstrijd voor het meest milieuvriendelijk bedrijf, uitgevoerd door e milieuafdeling van de gemeente Tartu, werd Triip Ltd onderscheiden voor het starten met een milieuvriendelijk productie proces
Problemen ondervonden bij het implementeren van een goede praktijk:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Het 'groene punt' concept is vrij nieuw en het vraagt veel energie om de maatschappij daar bewust van laten worden
Bronnen voor verdere informatie:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Groene drukkerij http://www.rohelinetrykis.ee/indexen.php (in het Engels) ▪ Triip Ltd. Milieurapport 2002-2004 http://www.triip.ee/jalq.pdf (in de Estse taal)

3. Praktijk in Verantwoord Ondernemen - Omschrijving

In **2001** heeft de drukkerij Triip Ltd. verschillende milieuvriendelijke activiteiten in haar werkzaamheden opgenomen.

In februari 2001 begon de drukkerij met **gescheiden verzamelen van papier en karton**. In augustus werd het bedrijf verhuisd naar een **nieuw gebouw dat gebouwd is met ecologische bouwmaterialen**. In december ontving Triip het **groene energie certificaat** (aanschaf van meer dan 6.000 KWh energie per jaar van schone energiebronnen) en begon **haar energieverbruik per jaar te meten** (ecologisch footprint concept) in absolute cijfers (kg., KWh., m3, enz.). andere groene energie gebruikers hebben tot 5% korting weten te bereiken in al hun producten en diensten

Sinds **2002**, heft Triip Ltd. haar jaar milieurapportage gepubliceerd, dat ook e vinden is op de web site van het bedrijf.

Begin **2003**, heft het bedrijf haar **milieubeleid en ecologische strategie** aangenomen.

In productie en kantoomaterialen wordt gestreefd naar milieuvriendelijke technologie. Als een deel van de jaarlijkse activiteiten, onderhoud het bedrijf haar 'eigen' bos dat door haar medewerkers gepland is. Daarboven zijn andere milieubewust gerelateerde activiteiten geïnitieerd.

Naast het ontwikkelen van interne milieuvriendelijke activiteiten, Triip Ltd. stimuleert een groene werkwijze bij andere gerelateerde industrieën – zoals in bosbouw (tegen het extreme hakken en verlies van de habitat in de bossen), papierproductie (aanschaf van hout van leveranciers die gecertificeerd zijn door het Forest Stewardship Council) – als ook als pleitbezorgers onder de klanten door mensen uit te nodigen de natuur te beschermen door hun afval te recyclen.

Een deel van de missie van Triip Ltd. is het **introduceren van groen drukwerk op de Estse markt**. De dienst is in nauwe samenwerking tussen Triip Ltd. en het Estse fonds voor de Natuur en is ook gescheiden geïntroduceerd middels een speciale web site, onderhouden door het bedrijf (zie bronnen voor verdere informatie via e directe link).

Door het kiezen van de groene drukwerk service, kan een klant substantieel en makkelijk de impact van zijn activiteiten op het milieu verminderen, door

- Groene drukinkt, gebruik van natuurlijke oliën en harsen in plaats van petrochemicaliën
- Groen drukwerk waarin uitsluitend recycle papier is gebruikt
- Groen drukwerk dat is gemaakt in een milieuvriendelijke drukkerij van Triip Ltd.
- Een deel van de prijs van iedere groen drukwerk gaat ter ondersteuning naar de Estse Natuurfonds

Gebruikers van de Groen Drukwerk diensten hebben het recht op hun publicaties het Groene Drukwerk logo te plaatsen met de volgende tekst als optie "gedrukt op recycle/FSC gecertificeerd papier. De drukinkt is geproduceerd met natuurlijke oliën en harsen." Dit stimuleert het milieubewustzijn in de gerelateerde gebieden als ook een breder publiek waar ook deze producten verspreid worden. Daarbovenop de klanten op de lijst van Groen Drukwerk adverteren op de Groen Drukwerk web site van Triip Ltd. (Zie bronnen voor meer informatie op de directe link).

In mei 2005 heeft Triip Ltd. een Groen Drukwerk campagne gevoerd om de klanten aan te moedigen dit te verkiezen in hun reguliere bestellingen. De promotie was inclusief verlaging van de prijzen van Groen Drukwerk tot het niveau van regulier drukwerk en het geven van boomzaden met instructies hoe deze te planten voor iedereen die er geïnteresseerd waren. Dit laatste heeft geleid tot een bedrijfsgift/souvenir voor haar klanten en partners en draagt bij aan bewustwording over de noodzaak van bosbehoud in Estland.

Met alle hierboven genoemde aspecten plaatst Triip Ltd. zichzelf als de best milieubewuste drukkerij in Estland.

In relatie met haar personeel heeft Triip Ltd. zijn mensen en hun families hoog in het vaandel zitten. Er zijn verschillende activiteiten die zij gezamenlijk uitdragen (zoals die hierboven genoemde bomen planten). Ook het kantoor van het bedrijf is ontworpen in een mooie en ontspannen atmosfeer, waar de medewerkers het fijn vinden om te werken en zich goed voelen.

Triip Ltd. is sponsor van grootschalige publieke evenementen en sportactiviteiten (Strijd van de Est - internationale jongeren brake-dance wedstrijd, Simpel Session - jongeren extreme sport evenement, Estse Windsurfing Vereniging, 'Volle' Volley Bal Club van de universiteit van Tartu) en cultuur (Estse Drama Festival).

4. Gebruik voor in de Training

A) Aanvullende relevante informatie et betrekking tot gebruik van dit praktijkvoorbeeld in training situaties (relevantie criteria: breed veld MVO goede voorbeelden)

Wat is groene energie:

Eesti Energia in samenwerking met de Estse Fonds voor Natuur heft een project opgezet genaamd Groene Energie, gebaseerd op de principes van blijvende ontwikkeling.

Met het product Groene Energie wenst Eesti Energia het gebruik van duurzame energiebronnen in Estland te stimuleren en pleit voor een milieubewust denken. Gebruik van 100% duurzame energie als alternatief voor olie-gestookte energie is een belangrijke stap voorwaarts naar een schoner en gezondere maatschappij. De certificaten categorie I en II zijn ontworpen voor een grote groep klanten van Eesti Energia, certificaten van de categorie III zijn voor kleine bedrijven en publieke instituten, certificaten in de categorie IV zijn voor de inwoners. Het aantal certificaten Groene Energie is beperkt.

Ieder verkocht Groene Energie certificaat support het Estse fonds voor natuur met speciale doelen. Van de fondsen ontvangen uit de verkoop van Groene Energie, het Estse fonds voor natuur support diverse projecten in natuurbehoud en milieubehoud.

Groene Energie is een product met een belangrijke status en benadrukt dat de kopers van het product milieubewust zijn en een goede houding tot behoud van de natuur.

Dit praktijkvoorbeeld kan als illustratie gebruikt worden in de volgende MVO voorbeelden:

- Werkomgeving
- Maatschappij

B) Pedagogische Suggesties met betrekking tot het gebruik van dit praktijkvoorbeeld in training situaties. (relevantie criteria: breed veld MVO goede voorbeelden)

Enkele suggesties hoe dit praktijk voorbeeld te gebruiken in een training.

MILIEU

Om te begrijpen hoe een kantoor op een milieuvriendelijke manier dagelijks kan werken verdeel je de groep in groepjes van 3 – 6 mensen. Geef ze de volgende opdracht:

De meeste bedrijven kunnen vaak op een meer milieuvriendelijke manier werken, da zal ze ook minderkosten opleveren, als ze er alleen maar meer aan denken. Bedenk een gemiddeld kantoor van een MKB met zo'n 50 medewerkers in uw land. Wat kunnen ze in hun dagelijkse routine milieubewuster zijn en op die manier hun kosten verminderen? Denk daarbij aan de verschillende werkzaamheden die in een kantoor plaats vinden.

Geef de groep 20 minuten de tijd om te brainstormen en laat ze de oplossingen op een flip-over zetten. Afhankelijk van het totale aantal deelnemers kan je de samenvatting op een paar verschillende manieren doen. Je kunt de flip-overs op de muur plakken en laat de andere deelnemers er langs lopen om te zien wat de anderen groepen bedacht hebben. Na deze ronde kan je een paar mensen vragen hun ideeën te ventileren en hun ervaringen van deze oefening. Als alternatief kan je een paar groepjes (of allemaal, afhankelijk van beschikbare tijd en of de groep die je hebt) hun presentatie voor te bereiden.

KETENBENADERING

Om de realiteit te begrijpen en de mogelijkheid met een nieuw product op de markt te introduceren verdeel de groep in groepjes van 3 – 6 personen. Geef de groepjes de volgende informatie:

De introductie van Groen Drukwerk op de Estse markt heeft nog niet het maximale bereikt – er is nog steeds een gebrek aan bewustzijn, begrip, bereidheid en ondersteuning voor het product. U als raad van bestuur van Triip heeft besloten hier iets aan te doen. Neem een half uur de tijd om met een opzet van een doordacht en zo specifiek mogelijk stappenplan hoe dit te bereiken te komen om meer nieuwe klanten die Groen Drukwerk kiezen te werven. (denk hierbij aan de bronnen die je als een MKB hebt en de winst die het oplevert op de lange termijn).

Na een half uur kan je een paar groepjes vragen (of allemaal, afhankelijk van de beschikbare tijd en of groepjes die je hebt) hun plannen te presenteren. De anderen mogen hierop commentaar leveren en feedback. Je kunt de sessie beëindigen door de deelnemers te vragen naar de succesfactoren van het introduceren van een nieuw product bij de klanten.