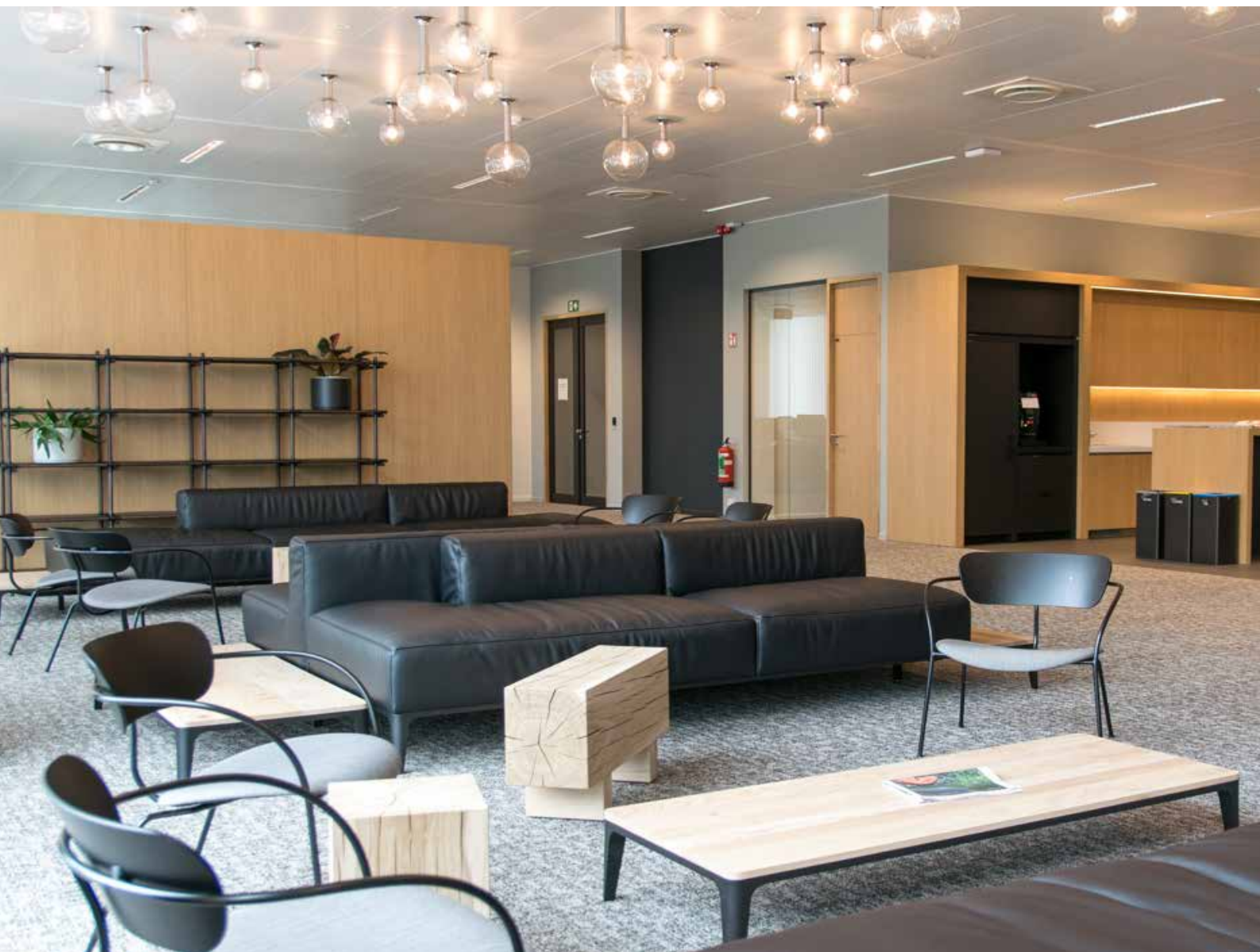


DUURZAAMHEIDSVERSLAG

— 2018 —



1.	Voorwoord	3
2.	Profiel	4
3.	Kerncijfers	7
4.	Evolutie van duurzaamheidsbeleid	8
5.	Structuur	9
6.	Duurzaam ondernemen in de praktijk	10
6.1.	Visie	10
6.2.	Missie	10
6.3.	Waarden	10
6.4.	Duurzaamheidsverklaring	10
6.5.	Duurzaamheid is een (leer)proces	12
7.	Milieu	14
7.1.	Materialen en grondstoffen	15
7.2.	Afval	16
7.3.	Energie en emissies	18
7.4.	CO ₂	20
7.4.	Water	21
8.	Open communicatie met de stakeholders	22
8.1.	Interne doelgroepen	22
8.2.	Externe doelgroepen	23
9.	Werken bij Pami	26
9.1.	Onze mensen happy@work!	26
9.2.	Personeelsbestand en -verloop	27
9.3.	Ziekteverzuim en arbeidsongevallen	29
9.4.	Opleiding en coaching	31
9.5.	Competentiemanagement en evaluatie	32
9.6.	Diversiteit	33
9.7.	Tevredenheidsonderzoek	34
10.	Maatschappelijke bijdrage	35
11.	Productontwikkeling voor en door mensen	36
12.	Uw mening telt	37





GRI 1.1.

1. VOORWOORD

Maatschappelijk verantwoord en duurzaam ondernemen is niet meer weg te denken in de actuele beleidsvoering van een moderne en bewuste onderneming.

Bij PAMI zijn we daar al heel lang van overtuigd en zijn dit geen holle slogans, maar echt wel aandachtspunten die het verschil maken. Respectvol omgaan met mens, milieu en omgeving heeft een prominente plaats in onze strategie.

Voor onze stakeholders voeren wij continu en met succes verbeteringen door in ons beleid.

Voor onze medewerkers verbeteren we permanent de werkomgeving en de arbeidsomstandigheden om hun jobsatisfaction en hun betrokkenheid verder te verhogen.

Voor onze klanten leveren we steeds meer gepersonaliseerde oplossingen om inspirerende werkomgevingen te creëren, die hun medewerkers motiveren en efficiënter laten werken. Als "Workspace Designers" weet PAMI perfect de behoeften van de klanten in te vullen met een uitstekende persoonlijke service.

PAMI heeft het afgelopen jaar fors ingezet op de circulaire economie. De vastgelegde circulaire strategie is intussen goed ingeburgerd in onze organisatie en wordt ook in de praktijk toegepast. Het bewustzijn van de eindigheid van grondstoffen, het uitgangspunt om zo weinig mogelijk afval te creëren, de creativiteit om alternatieve toepassingen en levensduurverlenging te vinden voor producten, het as-a-service-model, zijn allemaal concepten die aangeboden en opgepikt worden in de markt. Het is onze rol onze klanten goed te informeren over onze circulaire oplossingen en hen te overtuigen hierin te investeren.

PAMI maakt duurzame producten op een ecologisch verantwoorde manier. Wij investeren voortdurend in energiebesparende maatregelen en vergroenen ons wagenpark.

MVO, duurzaamheid en circulariteit worden op deze manier steeds belangrijker in onze strategie en in onze dagelijkse activiteiten. Wij trachten hiermee bij te dragen aan een duurzame toekomst voor de volgende generaties.

Lode en Hendrik Essers
Gedelegeerd bestuurders Pami

GRI
2.1. - 2.2.
2.3. - 2.4.
2.5. - 2.6.
2.7. - 2.9.
3.6. - 3.8.

2. PROFIEL

Pami door de jaren heen

Pami werd als eenmanszaak opgericht in 1958. Nadien volgde de oprichting van Pami nv in 1982, samen met de vestiging op het industrieterrein Nolimpark in Overpelt. De fabriek en de showroom zijn nog steeds gesitueerd op deze locatie, met nog een 2^{de} showroom in de gebouwen van Tour & Taxis in Brussel.

Op 1 juli 1992 nam de familie Essers het bedrijf over. Ze bouwde Pami nv uit tot één van de grootste onafhankelijke fabrikanten van kantoorinrichtingen in België.

De holding, Pami International NV, is op 31/12/2016 als volgt samengesteld:

- Pami nv (productiemaatschappij - verkoopmaatschappij)
- Interpam nv (logistiek - EDP)
- Pami Project BVBA (technische afdeling)
- Pami Lux sa (verkoopfiliaal in Luxemburg)



Pami nv, profileert zich als verkoop-bedrijf, terwijl Interpam nv het plaatsen en monteren van de meubels bij de klanten op zich neemt.

De groep Pami

Dit duurzaamheidsverslag richt zich essentieel op de resultaten, activiteiten en concrete inspanningen van de groep Pami. De verkoopactiviteit van Pami bestaat enerzijds uit rechtstreekse verkoop en anderzijds uit verkoop via een dealernetwerk.

De rechtstreekse verkoop wordt gegenereerd door een salesteam. Elke accountmanager draagt daarbij de verantwoordelijkheid voor de verkoop binnen een bepaalde regio. De support van een intern salesteam versterkt de professionele werking van het externe salesteam. De rechtstreekse verkoop wordt opgedeeld in de volgende groepen: eindgebruikers, aanbestedingen, postorder en export.

Daarnaast is er de verkoop van onze producten via een dealernetwerk. Die speelt zich voornamelijk af op de buitenlandse markten, o.a. in Nederland, Frankrijk en Luxemburg.

Onze producten

De producten die we maken, zijn duurzaam, kwalitatief hoogstaand en afgewerkt tot in de kleinste details. Bovendien voldoen ze aan de strengste normen op het vlak van milieu en ergonomie. Onze uitgebreide collecties omvatten werktafels, vergadertafels, ladeblokken, rolluikkasten, schuifdeurkasten, draaideurkasten, mobiel archief, scheidingswanden, specifieke elektrificatieoplossingen...).

Dankzij ons brede aanbod kunnen de meeste marktsegmenten bij ons terecht. Samen met Vitra, Alias, Artifort, Fritz Hansen, Viasit, Wilkhahn, Buzzy Space, Viasit, Giroflex, Hay en vele andere partners slagen we er telkens opnieuw in om innovatieve (kantoor)concepten te creëren.

onze partners:



Het Nieuwe Werken, ook bij Pami

'Werken' is al lang niet meer hetzelfde als 'gaan werken'. Werknemers krijgen immers de mogelijkheid om werk en privé anders te combineren en om meer zeggenschap te hebben over de tijd en de plaats van hun werkzaamheden. Steeds langere files bevorderen bv. thuis- of telewerk en voortdurende IT-evoluties maken dit ook effectief mogelijk. Kortom, we leven in een geheel andere wereld als gevolg van diverse technologische en maatschappelijke evoluties. Een nieuwe visie op werken dringt zich zo op, nl. het Nieuwe Werken. Ook bij Pami hebben we dit begrepen. Het Nieuwe Werken krijgt bij ons dan ook een duurzaam karakter met aandacht voor flexibele organisatie, dynamisch management, slimmer werken en thuiswerken.

Toch blijft ook werken op kantoor populair omwille van het sociale contact, projectwerken, vergaderen, ... Het kantoor is een ontmoetingsplek geworden, een soort van bindende factor in de organisatie.

Een modern kantoor biedt verschillende types van activiteitsgerelateerde werkomgevingen:

- flexibele werkplekken in open landschap (niet-gepersonaliseerde benches)
- projectwerkplekken voor teamwork
- concentratiewerkplekken
- creatieve brainstormomgevingen
- formele vergaderruimtes (klein en groot)
- informele overleg ruimtes (lounge, koffiecorner, ...)
- lockers voor persoonlijke berging (clean desk)
- secundaire werkplekken die steeds belangrijker worden

Een efficiënte werkomgeving:

- is kostenbesparend
- verhoogt de productiviteit tot 10%
- creëert een grotere tevredenheid en betrokkenheid
- zorgt voor een lager verzuim
- brengt lagere infrastructuurkosten mee
- is een inspirerende werkomgeving

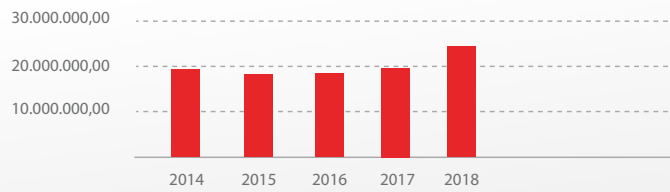
Dit is dus een win-winsituatie voor werkgever én werknemer.



3. KERNCIJFERS

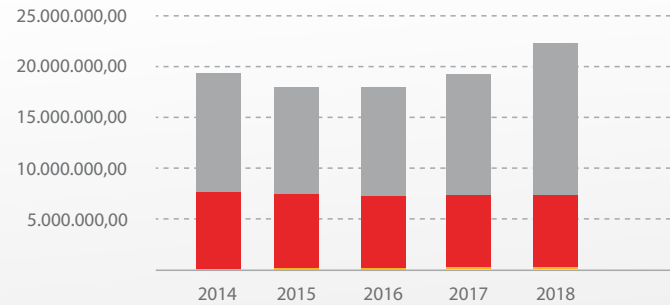
figuur 3.1 omzet verkoopprijs

■ omzet



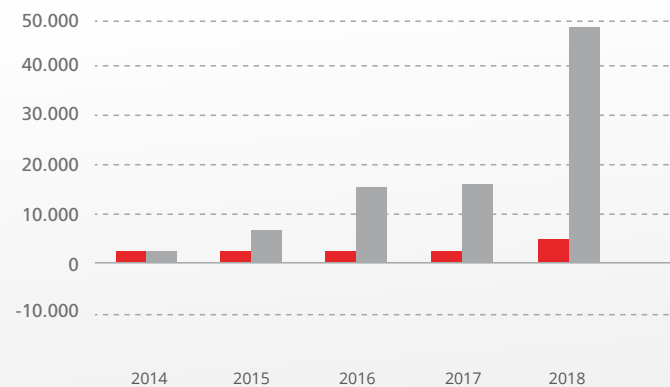
figuur 3.2 verdeling van de werkingskosten

■ kosten aan leveranciers
 ■ personeelskosten
 ■ financiële kosten



figuur 3.3 verhouding subsidie/belasting

■ belasting
 ■ subsidies



4. EVOLUTIE VAN DUURZAAMHEIDSBELEID

Voordat ons duurzaamheidsverslag het levenslicht zag, verzamelden en analyseerden we ook al heel wat cijfers en gegevens. Dit met het oog op het behalen van de kwaliteitscertificering ISO 9001 en de milieucertificering ISO 14001. Het engagement van deze ISO-certificeringen houdt in dat we steeds op zoek gaan naar betere oplossingen, ook als we een bepaalde methode al toepassen. Het kan immers altijd beter! Deze cijfers communiceerden we intern via kwartaalvergaderingen in het bijzijn van het middenkader en de verslagen waren intern altijd raadpleegbaar.

Door de stijgende aandacht rond duurzaam ondernemen besliste Pami om deze gegevens en analyses ook te bundelen in een duurzaamheidsverslag. Opnieuw maken we nu deze informatie publiek in dit rapport. De gegevens in dit duurzaamheidsverslag hebben betrekking op de periode vanaf 2013 tot en met 2017. Intussen is dit al de 6e keer dat we dit verslag publiceren.

Heeft u vragen over dit duurzaamheidsverslag? Neem gerust contact met ons op!

Dhr. Jean Govers
jean.govers@pami.be

Pami NV - fabriek & showroom

Nolimpark 1408
Industrielaan 20
3900 Overpelt
T +32 11 800 700
F +32 11 800 701

Pami NV - showroom

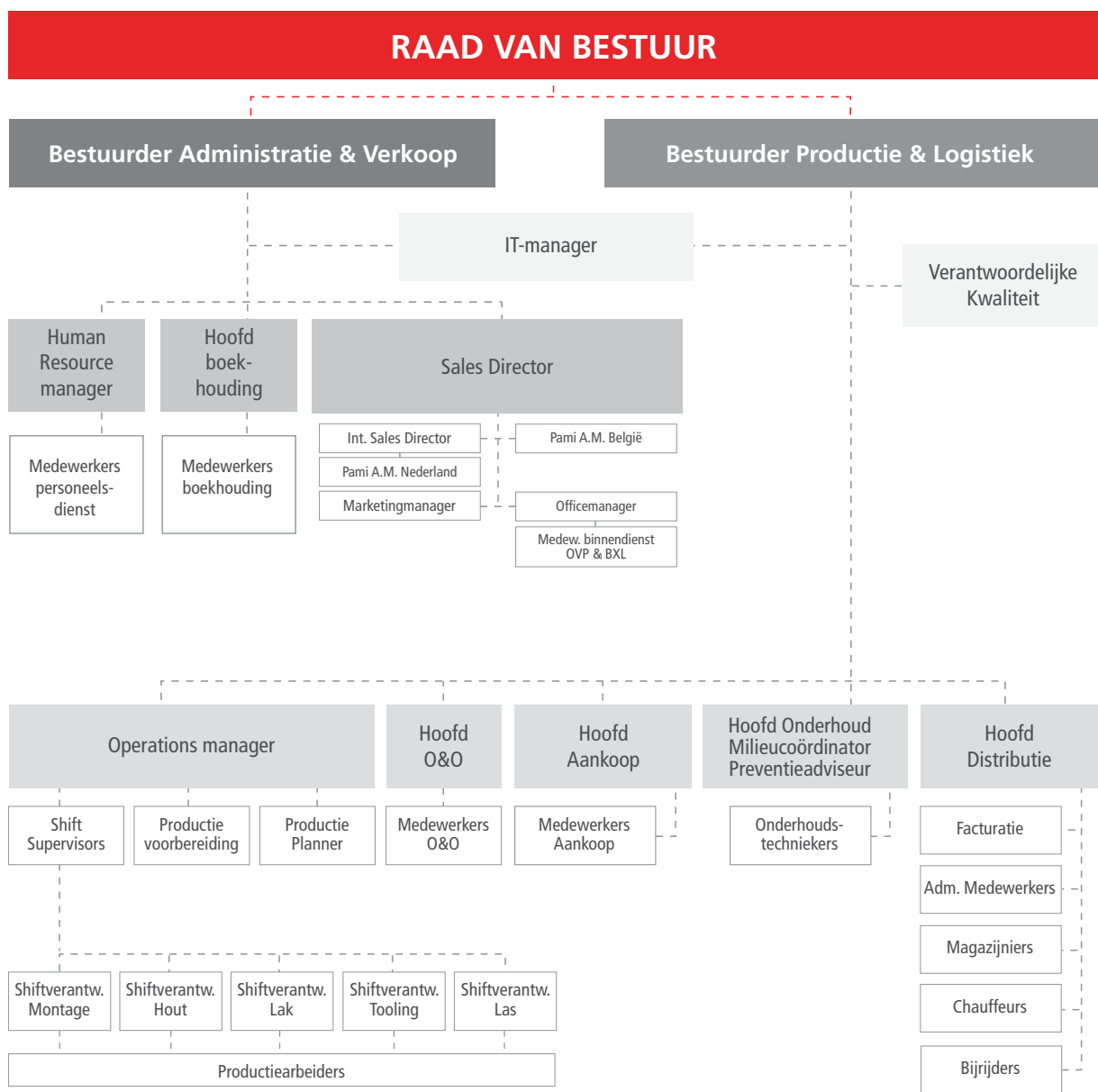
Tour & Taxis - showroom B4
Havenlaan 86
1000 Brussel
T +32 2 475 22 40
F +32 2 475 22 41

info@pami.be
www.pami.be

5. STRUCTUUR

GRI
4.1. - 4.2.

Bedrijfsstructuur:



De gedelegeerd bestuurders, Hendrik en Lode Essers zijn respectievelijk actief als 'Bestuurder Productie en Logistiek' en 'Bestuurder Administratie en Verkoop'.

De directe en nauwe samenwerking tussen beide broers en het hele bedrijf werkt een vlotte en snelle communicatie en een kort beslissingstraject in de hand.

6. DUURZAAM ONDERNEMEN IN DE PRAKTIJK

6.1. Visie

Als toonaangevend ontwerper en fabrikant leveren wij kantoormeubelen van hoge kwaliteit tegen concurrentiële prijzen. Wij willen blijvend investeren in productontwikkeling en in ergonomisch, eigentijds design dat beantwoordt aan de strengste normen. Klanten kunnen rekenen op een grote flexibiliteit en een hoog serviceniveau. Bijzondere aandacht gaat naar maatschappelijk verantwoord ondernemen waarbij rekening gehouden wordt met People, Planet en Prosperity.

6.2. Missie

We love to create inspiring and exciting workplaces that improve job satisfaction and work efficiency.

6.3. Waarden

- teamwork en collegialiteit
- integriteit
- flexibiliteit
- kwaliteit
- klantgerichtheid
- innovatie
- passie

6.4. Duurzaamheidsverklaring

Pami is als dynamische onderneming voortdurend gericht op de toekomst. We hebben dag in, dag uit oog voor belangrijke sleutelwaarden zoals goede kwaliteit, veiligheid, en zorg voor het milieu. We creëren innovatieve en inspirerende werkomgevingen die het welzijn van de mens verhogen en die via ruimteoptimalisatie een positieve impact hebben op het milieu en de maatschappij. Kortom, we helpen onze klanten om duurzame en motiverende oplossingen te vinden voor een goede huisvesting van hun medewerkers als 'human capital'.



**Wij staan garant voor duurzaamheid in de breedste zin van het woord.
Hoe realiseren we dit concreet?**

- Door de principes van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen trouw toe te passen. In elke handeling, in elk besluit en in elk plan houden we rekening met de 3 P's van het MVO, nl. People, Planet en Prosperity. Met goed bestuur en aandacht voor innovatie ontwikkelen we niet alleen milieuvriendelijke en duurzame producten met oog voor kwaliteit, maar we creëren ook gezonde en veilige werkplekken. In al onze activiteiten streven we ernaar om de impact op het milieu en de omgeving tot een minimum te beperken.
- Door ons te profileren als verantwoord bedrijf, met aandacht en respect voor ethisch gedrag en eerlijk zakendoen. We houden van een duidelijke en glasheldere communicatie met alle betrokkenen en zorgen voor onze medewerkers voor een prettige en veilige werkomgeving. Wij keuren onethisch gedrag (zoals kinderarbeid, dwangarbeid en overige schending van de mensenrechten) resoluut af en we wensen dit in de keten verder toegepast te zien voor het volledige productieproces.
- Door duurzaam bosbeheer te stimuleren, diverse goede doelen te ondersteunen en ons concreet te engageren in diverse maatschappelijke organisaties.
- Door een geïntegreerde aanpak te ontwikkelen die verweven zit in onze gehele organisatie. Daarbij streven we continu naar verbetering aan de hand van gerichte doelstellingen. Ons beleid is gestoeld op een zorgsysteem dat kwaliteit, milieu, veiligheid en duurzaam bosbeheer onlosmakelijk met elkaar verbindt. Pami voldoet hiermee aan de normen ISO9001 en ISO14001 die geverifieerd en gecertificeerd worden door onafhankelijke instanties. Voor een duurzame bedrijfsvoering volgens de ISO26000-richtlijn hebben we onze organisatie laten certificeren volgens de MVO-prestatieladder, hét middel bij uitstek om een ideale balans te vinden tussen People, Planet en Prosperity.



6.5. Duurzaamheid is een (leer)proces

Met onze kwaliteits- en milieucertificering tonen we dat wij kwaliteit en milieu reeds lange tijd hoog in het vaandel dragen. In functie van het begrip duurzaam ondernemen, dat steeds meer aan belang wint, hebben we onze missie aangepast. En in onze duurzaamheidsverklaring leggen we uit hoe we dit in de praktijk brengen. Ondanks de reeds geleverde inspanningen blijft duurzaam ondernemen echter een continu proces, vol nieuwe uitdagingen. We moeten ons er als bedrijf op toeleggen, elke dag opnieuw. In wat volgt, wordt duidelijk hoe we dit bij ons concreet verwezenlijken...

Ergonomie staat bovenaan het lijstje

Tijdens het ontwerp- en ontwikkelingsproces van ons kantoormeubilair houden we de geldende (Europese) normen continu in het achterhoofd. Zo houden we o.a. rekening met de (individuele) hoogte-instelbaarheid en de toegelaten reflectiefactor van het kantoormeubilair. De attesten die we behaalden, bewijzen dat we steeds tegemoetkomen aan de meest recente eisen (2016) op dit vlak.

Kwaliteit is een obsessie

Ons intern kwaliteitsproces garandeert dat onze producten kwalitatief hoogstaand zijn en tot in de kleinste details afgewerkt worden. Ook de aankoop van grondstoffen, halffabricaten en handelsgoederen gebeurt via een systeem waarbij we zowel de leveranciers als de te leveren goederen streng controleren. In ons centrale systeem houden we beoordelingen over de aankoop bij (o.m. inzake leverbetrouwbaarheid, correcte hoeveelheden, onbeschadigde producten, ...) die we op regelmatige basis analyseren en in rapporten gieten.

Wat we zelf doen, doen we beter

Wij zijn een verticaal geïntegreerd bedrijf. Dit betekent dat we al onze processen in eigen beheer hebben, van productontwikkeling tot productie en van verkoop tot installatie. Dit impliceert ook dat we alle processen kunnen opvolgen en controleren. Het ISO 9001-certificaat bevestigt dat we dit zorgsysteem goed coördineren, mede dankzij de implementatie van interne en externe audits.

Milieu en omgeving

In 2003 behaalde Pami, als eerste in de sector, het ISO 14001-certificaat. Dit is het ultieme bewijs van ons engagement op het vlak van milieu en omgeving.

Daarnaast laten we ons op regelmatige basis door externe organisaties screenen op het gebied van milieu en energie en onze inspanningen hierrond. We schenken de nodige aandacht aan de conclusies die hieruit voortkomen en zorgen voor haalbare investeringen, bv. de nieuwe verwarming bij Interpam nv (zie 7.3. Energie en emissies), een grondige relighting in de fabriekshallen en showroom, een energiezuinige compressor, een frequentiegestuurde afzuiging in de schrijnwerkerij, enz....

Investeren in mensen

Het is belangrijk om als bedrijf te investeren in mensen, een ROI-verhaal waarvan de impact vaak onderschat wordt. Het creëren van goede werkomstandigheden, een nauwe betrokkenheid en heldere communicatie is hierbij essentieel. Duidelijk afgelijnde verantwoordelijkheden en verwachtingen die tijdens regelmatige (evaluatie)gesprekken besproken worden, geven inhoud en betekenis aan een job.

Hoe ervaren en beoordelen onze medewerkers het gevoerde beleid? Dat proberen we al enkele jaren structureel te onderzoeken aan de hand van een tevredenheidsonderzoek bij onze arbeiders en bedienden (*zie 9.7.*).

Pami en de samenleving

Pami stelt zichzelf tot doel om actief bij te dragen aan de maatschappij. Daarom steunen we plaatselijke verenigingen, jeugdbewegingen, sportclubs, enz. door hen bij evenementen goederen ter beschikking te stellen voor tombola's, spelavonden, enz.

Daarnaast vragen we bij events steevast om geen cadeaus te geven, maar financieel een goed doel te sponsoren. Zo steunden we bijvoorbeeld reeds het fonds 'Move to Improve', dat zich inzet voor kinderen met neuromotorische (bewegings)problemen, en verschillende acties van 'Een hart voor Limburg' (vb. Eendjesrace...).

Net als de vorige jaren hebben we deelgenomen aan het project 'Techniekpromotie' (*zie 5 10*) als bijdrage aan de groei van de welvaart in de regio.

Verder zijn onze bestuurders actief in werkgeversverenigingen die getuigen van sociale betrokkenheid in het werkgeverslandschap. Hendrik Essers is oud voorzitter van de Rotary Overpelt - Noord-Limburg en vice-voorzitter van Voka - KvK Limburg. En Lode Essers is erevoorzitter, lid van het bestuurscomité en de raad van bestuur van VKW Limburg, lid van de Raad van Bestuur van Agoria en lid van het directiecomité van het VBO.

GRI
2.10.
EN1 - EN3
EN4 - EN6
EN8 - EN16
EN17 - EN18
EN20 - EN21
EN22 - EN23
EN24 - EN27 -
EN28

7. MILIEU

Ons bedrijfsterrein strekt zich uit over ongeveer 6 ha en de productieplant is 35.000 m² groot. De overige oppervlakte is onbebouwd en groen aangelegd. Alle gebouwen op het terrein werden gerenoveerd of zijn in nieuwbouwstaat, waardoor ze goed geïsoleerd en dus energievriendelijk zijn. Intussen zijn er nieuwe regels van kracht ivm onkruidbestrijding die we vanzelfsprekend ook toepassen op onze terreinen.

De productiehallen voldoen aan de **EPB-normen** en zijn dus conform de energieprestatieregeling. Verder wordt er een 10-jarlijks oriënterend bodemonderzoek uitgevoerd, zoals voorgeschreven door Vlarebo.

In onze productie werken we met de meest moderne machines die een enorme diversiteit aan materialen kunnen verwerken. Ze is zo ingericht dat de processen optimaal verlopen en de machines op hun efficiëntst draaien. Uiteraard staan veiligheid en energie- en grondstofverbruik hierbij centraal. De productieplant is ingedeeld als Klasse 1-inrichting met een recentelijk vernieuwde milieuvergunning (maart 2004). We beschikken ook over een strikt preventief onderhoudsschema dat door onze eigen technici wordt uitgevoerd.

De productie bestaat uit de volgende afdelingen:

- tooling
- lasafdeling
- lakafdeling
- schrijnwerkerij
- montage en inpak

Deze afdelingen garanderen de continue aflevering van kwalitatief hoogstaande producten. In elk productieproces trachten we de impact op het milieu steeds tot een minimum te herleiden.

Een van de actiepunten waarrond we zeker nog blijven werken, is de reductie van onze CO²-uitstoot.



25,6% van onze grondstoffen komt uit gerecycleerd materiaal.
Onze producten zijn **100%** recycleerbaar.

7.1. Materialen en grondstoffen

De belangrijkste grondstof die we verwerken binnen de productie is **staal**, gevolgd door **hout** en **PVC**.



Sinds 2011 draagt ons beheerssysteem het **PEFC-label** (*Programme for Endorsement of Forest Certification*). Dankzij deze certificering kunnen we onze klanten voortaan houtproducten uit duurzaam beheerde bossen aanbieden zonder meerprijs, op eenvoudig verzoek. PEFC respecteert en steunt op wereldwijde, internationaal overeengekomen procedures voor certificering en duurzame bosbouw. De controle van de procedures wordt uitgevoerd door onafhankelijke organisaties.

Verder gebruiken we **poederlak** als afwerkingslaag van metalen onderdelen. In de lakafdeling groeperen we opdrachten per kleur, aangezien kleurwissels veel tijd kosten en een verlies van poeder en vooral van energie meebrengen.

Het **spoelwater** om onderdelen te ontvetten, wordt systematisch ververst en herbruikt (*zie 7.4. Water*).

De aangekochte **halffabricaten** die we verwerken, zijn vaak geleiders en kunststof onderdelen. Voor de productie van onze roldeurlamellen gebruiken we PVC. Dit is een ‘gedwongen’ keuze aangezien de M1 norm inzake brandvertragende eigenschappen enkel met dit materiaal kan gehaald worden. Toch zijn we ons bewust van de milieuvriendelijke eigenschappen van het materiaal. Daarom proberen we, samen met onze leverancier, kort op de bal te spelen om indien mogelijk snel over te schakelen op waardige alternatieven met de juiste eigenschappen.

Qua **verpakkingsmaterialen** werken we voornamelijk met karton en polyethyleenfolie. We gebruiken deze verpakking om de goederen stofvrij en zonder beschadigingen bij de eindgebruiker af te leveren. Het materiaal is deels recycleerbaar en deels herbruikbaar en wordt door ons montageteam ook teruggenomen en gesorteerd. Voor het overige verpakkingsmateriaal doen we een beroep op de erkende instelling VAL-I-PAC.

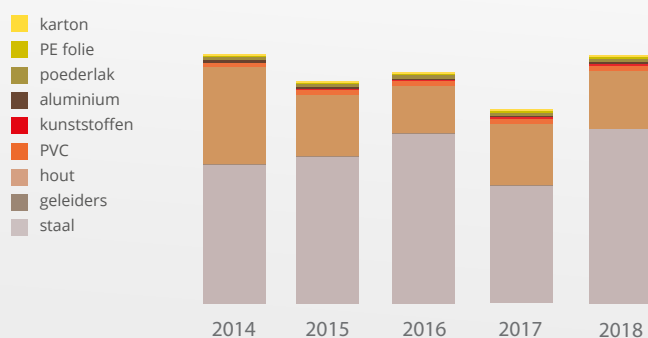
Op onze website staat nu een informatief luik waar milieurelevante informatie over de producten te raadplegen is voor iedereen; ook is er een pagina toegevoegd op de website "voetafdruk verminderen" waar specifieke info te vinden is ivm de end-of-life fase van kantoormeubilair.

7.2. Afval

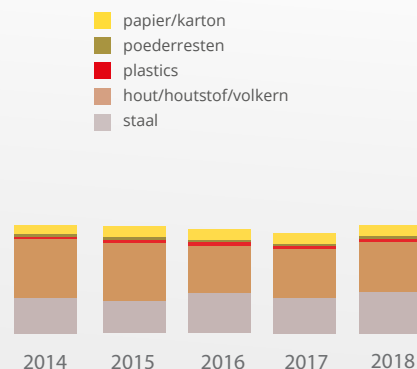
Aangezien we bij de productie van kantoormeubilair voornamelijk werken met de grondstoffen staal en hout is het logisch dat van deze materialen ook het meeste afval voortkomt.

De vermindering van afval is in de productieprocessen onlosmakelijk verbonden met de productontwikkeling. De optimalisatie van het staal- en houtgebruik gaan m.a.w. gepaard met afvalvermindering, voor zover de producteigenschappen dit toelaten. Onderstaande grafieken staan in relatie met elkaar.

figuur 7.1. gebruikt materiaal en grondstoffen (ton)



figuur 7.2. afval grondstoffen (ton)

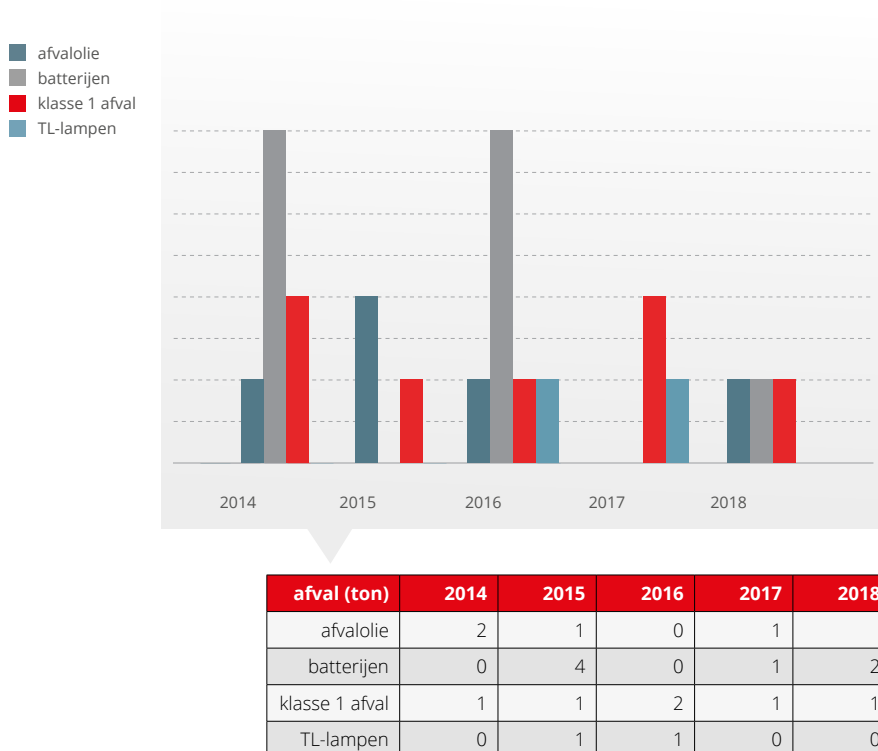


7.1. (ton)	2014	2015	2016	2017	2018
karton	12	15	13	8	14
PE folie	17	14	17	20	20
poederlak	27	32	35	34	44
aluminium	23	10	9	10	14
kunststoffen	4	12	9	18	30
PVC	21	34	21	21	31
hout	1.061	601	466	605	542
geleiders	15	16	18	21	10
staal	1.397	1.564	1.807	1.175	1.810

7.2. (ton)	2014	2015	2016	2017	2018
papier/karton	36	43	43	40	41
poederresten	7	7	8	8	7
plastics	15	17	16	17	16
hout(stof)/volkern	281	277	226	240	251
staal	141	131	167	148	170

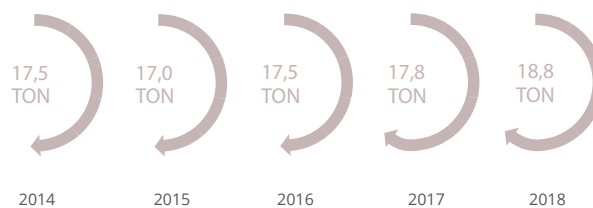
We verzamelen het afval en werken samen met de erkende verwerker Renewi voor de ophaling. Die laatste staat in voor de recyclage tot herbruikbaar materiaal onder het motto 'afval bestaat niet'.

figuur 7.3. afval nevenstromen (ton)



Afval ontstaat niet alleen tijdens het productieproces, maar ook tijdens de verpakking. Zoals reeds gezegd, gebruiken we vooral karton en polyethyleenfolie als functioneel verpakkingsmateriaal dat recycleerbaar en/of herbruikbaar is. Onze eigen montageploegen nemen de verpakkingsmaterialen na installatie ook terug. Binnen Pami beheren we zelf de afvalstromen door teruggenomen verpakkingsmaterialen te sorteren en indien mogelijk opnieuw te gebruiken (zie hieronder de tabel met het totaal aan opnieuw gebruikte verpakking).

figuur 7.4. herbruikte kartonnen verpakking (in ton)

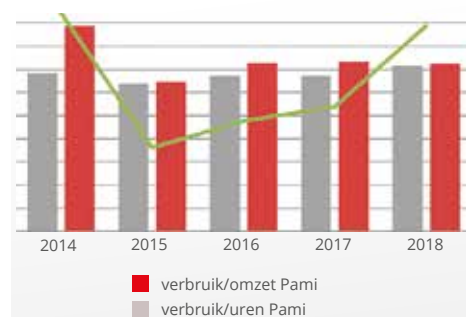


We ijveren er ook voor om de handelsgoederen bij projecten rechtstreeks bij de klant te leveren. Omdat de goederen niet gestockeerd moeten worden en minder onderhevig zijn aan beschadigingen tijdens transport en laadmanoeuvres, wordt er zo minder verpakkingsmateriaal verbruikt. Jaarlijks dienen we bij OVAM een integraal milieujaarverslag in.

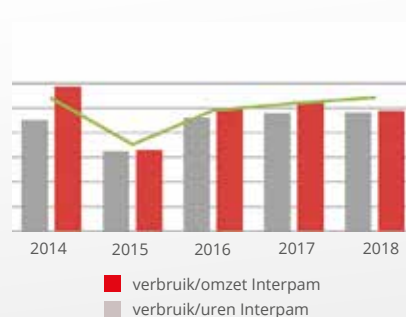
7.3. Energie en emissies

Pami kiest voor milieuvriendelijk **aardgas** voor de verwarming van de gebouwen en het sanitair water (waar nodig), als brandstof voor de poederlakovens en voor het drogen van de stukken na ontvetting. Ook het proceswater wordt met aardgas verwarmd. Aardgas impliceert in principe geen emissies van zwaveloxides en kleinere emissies van stikstofoxides. Koolstofdioxide zorgt voor de grootste emissiefractie. Jaarlijks worden onze branders gecontroleerd op het vlak van emissies en ook dit jaar voldeden alle gemeten waarden vanzelfsprekend weer aan de toegelaten grenswaarden.

figuur 7.5. gasverbruik Pami (megajoule/jaar)



figuur 7.5. gasverbruik Interpam (megajoule/jaar)



	2014	2015	2016	2017	2018
Pami					
gasverbruik (GJ)	6.124	6.355	6.476	7.177	6.917
verbruik (MJ)/uur	31,87	33,56	33,56	35,66	33,47
verbruik (MJ)/100€ omzet	32,22	36,31	36,54	36,19	28,88
Interpam					
gasverbruik (GJ)	1.254	1.749	1.850	1.936	1.769
verbruik (MJ)/uur	6,52	9,24	9,59	9,62	8,56
verbruik (MJ)/omzet	6,60	9,99	10,44	9,76	7,39

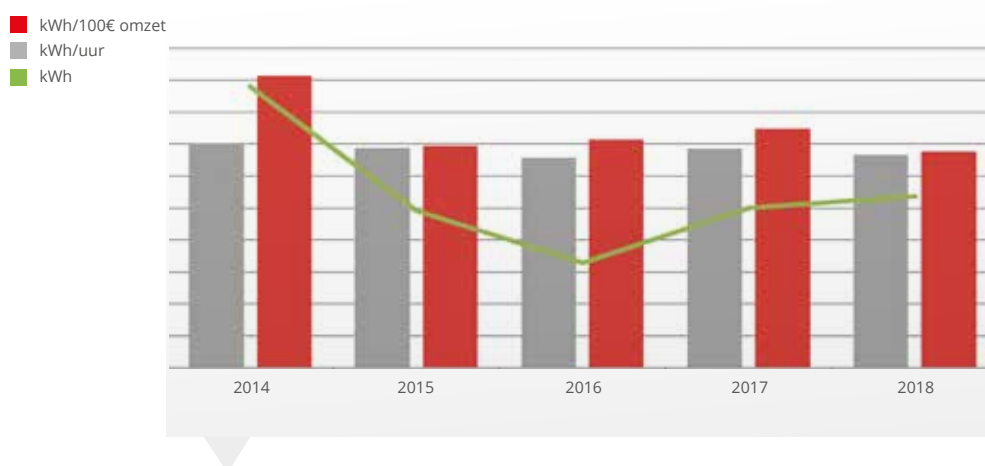
Het gasverbruik gerelateerd aan de omzet is globaal gezien nog steeds dalend. Ook absoluut en gerelateerd aan de graaddagen is het verbruik dalend. Een betere sturing van de verwarming in de kantoren werpt vanaf dit jaar zijn vruchten af. Ook voor de sturing van de ketels in de fabriek wordt naar een betere oplossing gezocht.

Ondanks het feit dat de verhouding maak/koop gestegen is, is het **elektriciteitsverbruik** t.o.v. de omzet wederom gedaald. Dit is een gevolg van de investeringen die we de laatste jaren gedaan hebben in relighting, frequentiegestuurde stofafzuiging, hoogrendementsmotoren, e.d.

Ook de betere benutting van het machinepark door de gestegen omzet is een positief element. Het in acht genomen verbruik behelst zowel de aangekochte stroom als het gedeelte van onze zonnestroom dat we zelf verbruikt hebben.

Door de stralende zon heeft onze PV-installatie een super opbrengst gehaald. Er werd 416.500 kWh aan groen stroom geproduceerd waarvan het grootste deel zelf werd gebruikt.

figuur 7.6. elektriciteitsverbruik Pami/Interpam (kWh/jaar)



	2014	2015	2016	2017	2018
kwh	1.320.854	1.248.074	1.325.431	1.341.568	1.475.663
kWh/100€ omzet	6,95	7,13	7,48	6,77	6,16
kWh/uur	6,87	6,59	6,87	6,67	7,14

Transport

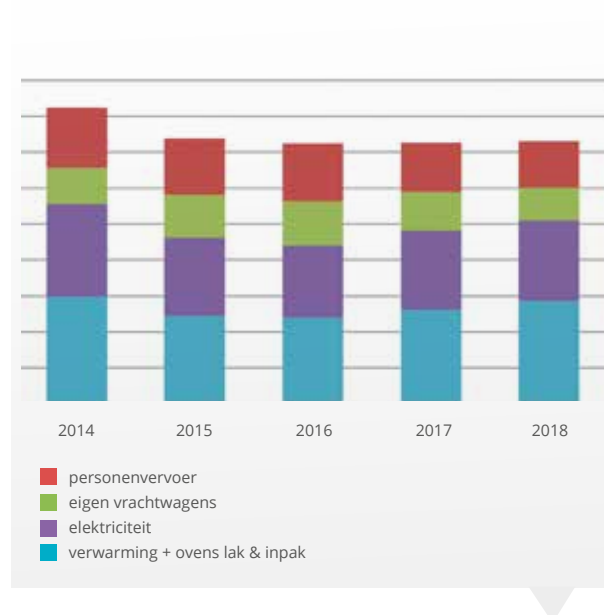
Aangezien onze productie in België gebeurt en we beschikken over een bijhorende logistieke afdeling met wagenpark, zijn de te overbruggen afstanden relatief kort. Dit heeft minder vervuiling tot gevolg. Ook wanneer we installeren bij de klant opteren we bij voorkeur voor totaallevering om de emissie tot een minimum te herleiden.

Wat onze firmawagens betreft, is 'duurzaamheid' een punt waaraan we voortdurend werken. We volgen met onze firmawagens de stand der techniek inzake de CO₂-uitstoot. De wagens worden gemiddeld om de 4 jaar vervangen. Bij gegroepede verplaatsingen (beurzen, opleidingen, ...) moedigen we onze medewerkers wel aan om zich samen te verplaatsen (4 personen per wagen). Wegens geen of slechte verbindingen is het openbaar vervoer vaak geen optie, al kan een combinatie met de wagen wel voor een waardig alternatief zorgen. Ook worden bij vervangingen steeds lichtere motoren gekozen (de eco-versies). Onze vrachtwagenchauffeurs hebben een opleiding eco-driving gekregen.

7.4. CO₂

De gemeten emissies zijn scope 1- en scope 2-emissies, respectievelijk directe en indirecte emissies. Ze zijn het gevolg van het verbruik van elektriciteit en ontstaan ook tijdens de omzetting van fossiele brandstoffen in elektriciteit (met uitzondering van woon- en werkverkeer). We hebben bij de reductie van de CO₂-uitstoot momenteel vooral aandacht voor de optimalisatie van processen die we zelf in de hand hebben, die we zelf kunnen controleren en die we bijgevolg zelf kunnen verbeteren.

figuur 7.7. totale CO₂-uitstoot op jaarbasis

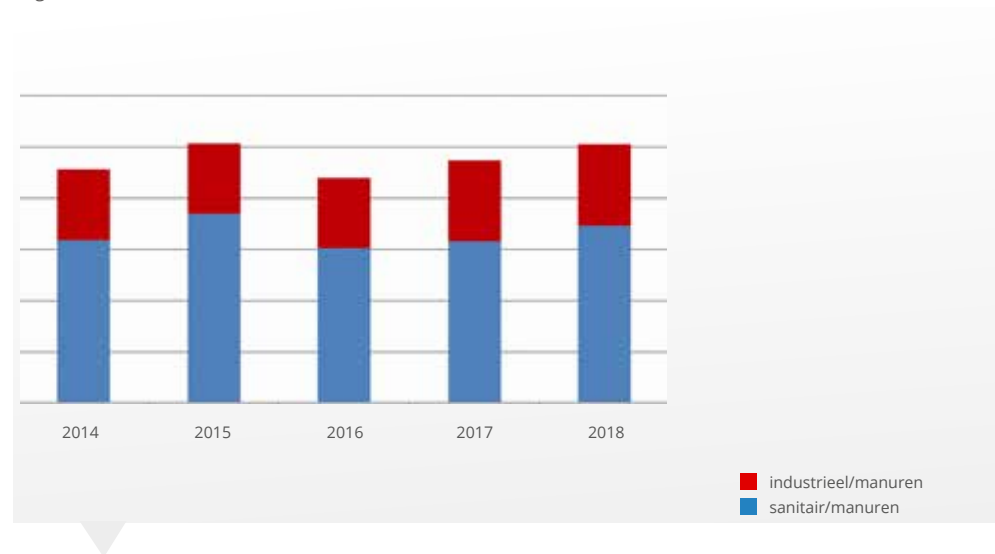


ton CO ₂ /jaar	2014	2015	2016	2017	2018
personenvervoer	313	320	275	260	255
vervoer eigen vrachtwagens	241	248	214	181	216
elektriciteit	437	399	441	451	490
verwarming + ovens lak & inpak	486	481	523	570	545

7.5. Water

Ons **verbruik van water** is deels van sanitaire aard en deels het resultaat van industriële behandeling, vooral door de voorbehandeling voorafgaand aan het lakproces. In 2008 hebben we een nieuw ontvettingsprocedé in gebruik genomen en de optimalisatie van de installatie heeft wel enige tijd in beslag genomen. Sinds 2009 zien we echter een gestage daling in het industrieel waterverbruik (*ondanks enkele schommelingen*).

figuur 7.8. waterverbruik



	2014	2015	2016	2017	2018
sanitair (l/manuur)	3,7	3,0	3,2	3,5	2,9
industrieel (l/manuur)	1,4	1,4	1,6	1,6	1,6

Zoals reeds vermeld, genereert de ontvettingsinstallatie het meeste industriële afvalwater. Het water wordt na ontvetting ververst en systematisch herbruikt. We lozen dus totaal geen proceswater. Al het gebruikte water voert Pami af via een erkend verwerker, waardoor we officieel erkend zijn als 'nullozer'. Enkel het sanitaire afvalwater lozen we via de riolering. Het regenwater wordt opgevangen in 4 bezinkbekkens op het bedrijfsterrein.

	2014	2015	2016	2017	2018
afvalwater (m ³)	46	46	46	43	34

GRI
4.14. - 4.15.
4.16. - 4.17.

8. OPEN COMMUNICATIE MET DE STAKEHOLDERS

Duurzaam ondernemen gebeurt bij ons steeds in een open dialoog met de relevante stakeholders. Deze manier van communicatie sluit nauw aan bij de principes van de MVO-prestatieladder. Daarmee lossen we de verwachtingen van de **ISO 26000-richtlijnen** in.

Jaarlijks actualiseren we de lijst van stakeholders en beoordelen we hem op een aantal aspecten. Enerzijds heeft iedere stakeholder andere belangen in ons bedrijf en andere interesses. Anderzijds heeft iedere stakeholder ook op ons bedrijf een specifieke invloed. Daarom voorzien we voor elk van hen een op maat gesneden aanpak en communiceren we met hen via een uiteenlopend aantal kanalen. Hierna volgt een verklaring van onze benadering van de meest relevante stakeholders.

8.1. INTERNE DOELGROEPEN

8.1.1. Werknemers

De communicatie met onze medewerkers gaat op voor zowel arbeiders als bedienden. Aangezien MVO start bij elke individuele medewerker, vertegenwoordigt deze doelgroep één van de belangrijkste stakeholders in de grafiek. Het is dan ook noodzakelijk om ze actief te betrekken bij het MVO-beleid.

We vinden het erg belangrijk om onze medewerkers inspraak te geven en ze de kans te geven om te communiceren over eigen, nieuwe ideeën en wensen. Ze moeten hun job immers gemotiveerd en gepassioneerd kunnen uitvoeren. Door onze mensen correct en tijdig te informeren, willen we hun betrokkenheid nog verder verhogen.

De communicatie met onze medewerkers verloopt op verschillende manieren en via uiteenlopende kanalen. Hierbij slechts een greep uit het volledige aanbod: een toffe personeelskrant (Pamirazzi), digitale nieuwsbrieven, een onthaalbrochure en bedrijfsbezoek voor nieuwe medewerkers, coaching- en opleidingsmomenten, tevredenheidsonderzoeken, afdelingsvergaderingen, kwartaalvergaderingen met achteraf een informeel moment, ...



Bij elke belangrijke beslissing of wijziging en bij de lancering van nieuwe projecten of veranderingen op de werkvloer staan we er stellig op om tussentijdse informatiemomenten te organiseren zodat iedereen perfect op de hoogte blijft. Jaarlijks lassen we ook 2 uitgebreide personeelsvergaderingen in.

De vakbonden worden vertegenwoordigd door onze eigen werknemers. Zij zijn een aanspreekpunt voor zowel arbeiders als bedienden. Bij het maandelijkse overleg op de OR (ondernemingsraad) zijn steeds 2 directieleden aanwezig.

8.2. EXTERNE DOELGROEPEN

8.2.1. Klanten en prospects

Deze groep van stakeholders delen we op in de volgende categorieën:

- rechtstreekse verkoop met de groepen:
 - eindgebruikers
 - aanbestedingen
 - postorder
 - export
- verkoop via een dealernetwerk, voornamelijk op buitenlandse markten zoals Nederland en Frankrijk.

Onze klanten bevinden zich hoofdzakelijk in het (hogere) middensegment. We richten ons vooral op co-creatie, op producten die duurzaam, veilig en conform strenge ergonomische normeringen zijn. De rechtstreekse communicatie gebeurt via de accountmanagers die elk hun eigen klantenbestand per regio opvolgen. Over het algemeen communiceren we met hen via de website, het Pamizine, digitale nieuwsbrieven, corporate en productbrochures, beurzen, events, advertenties, sociale media (Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Instagram) en persberichten. We vragen ook naar de mening van de klanten na elk gescoord project via een tevredenheidsenquête.



De prospects worden vertegenwoordigd door hen die, zowel op korte als lange termijn, klant kunnen worden bij ons. De gebruikte communicatiemiddelen komen sterk overeen met die van de effectieve klanten. Ze beïnvloeden zeker ook de beslissing om al dan niet zaken te doen met ons.

8.2.2. Leveranciers

We kunnen onze leveranciers onderverdelen in 2 grote groepen, nl. leveranciers van grondstoffen en halffabricaten voor de fabriek en leveranciers van handelsgoederen.

Bij de keuze en de selectie van onze leveranciers houden we rekening met verschillende factoren, waaronder ook het duurzaamheidsbeleid. We verwachten van onze leveranciers immers dat zij dezelfde standpunten inzake duurzaam ondernemen onderschrijven als wij.

8.2.3. Omgeving en maatschappij

Deze groep van stakeholders omvat iedereen die als buitenstaander met onze groep in contact komt, zonder enig rechtstreeks verband. Zij vertegenwoordigen de publieke opinie. De industriezone waarin de fabriek zich bevindt, zorgt alvast voor minder overlast aangezien we ons in quasi onbewoond gebied bevinden.



8.2.4. Professionele relaties

Architecten, prescriptoren en facilitaire bureaus bepalen mee de trends in de kantoorwereld. Het is dus belangrijk voor Pami om als leverancier met de juiste profilering naar buiten te komen in elke communicatie die aan hen gericht is. We communiceren met hen o.a. via de website, digitale nieuwsbrieven, corporate en productbrochures, ... Het persoonlijk contact van onze accountmanagers met deze groep is ook van groot belang om onze positie te verstevigen.

Duurzaamheid is een aspect dat ook zij voortdurend evalueren. Daarom zetten we de evoluties hierrond extra in de verf via de gekende communicatiemiddelen.

We beoordelen deze stakeholders op uiteenlopende vlakken, gaande van de betrokkenheid bij de organisatie tot de invloed van en het belang voor ons als bedrijf.



GRI
LA1 - LA2
LA3 - LA4
LA5 - LA6
LA7 - LA10
LA11 - LA12

9. WERKEN BIJ PAMI

9.1. Onze mensen happy@work!

De missie die we uitdragen bij onze klanten is 'We love to create inspiring and exciting workplaces that improve jobsatisfaction and work efficiency'. Dit willen we uiteraard ook realiseren voor onze eigen medewerkers. Al draait het dan niet enkel om de werkplekken, maar om de **volledige werkomkadering**.

Met onze waarden in het achterhoofd (zie 6.3.) waaraan we sterk vasthouden, streven we voor onze medewerkers naar een uitdagende job, een prettige en veilige werkomgeving en een oprechte, sociale houding. Ons personeelsbeleid staat garant voor **open en eerlijke communicatie** en informatie (zie ook 8.1.1.) met aandacht voor medewerker, gezin en arbeid. We betrekken onze medewerkers bij alle voor ons bedrijf **belangrijke evenementen** zodat ze voelen dat ze écht deel uitmaken van het geheel (o.a. bij de opening van de nieuwe showroom, de deelname aan beurzen door tickets ter beschikking te stellen en bussen in te leggen). Verder zorgen regelmatige personeelactiviteiten (zoals de nieuwjaarsreceptie, een barbecue net voor de vakantie...) voor een vrolijke noot en een aangename werksfeer onder de collega's.

We beschouwen onze medewerkers als echte bedrijfsambassadeurs. Samen vormen we een team dat meer dan 50 jaar kennis, ervaring, vakmanschap en creativiteit bundelt en dag na dag unieke kantoorprojecten realiseert. Zowel in onze kantoor- als productieruimtes streven we naar goede, **ergonomische werkomstandigheden** en besteden we de nodige aandacht aan veiligheid.

Daarnaast beseffen we maar al te goed dat **opleiding en coaching** (zie 9.4.) de ontplooiing en groei van de medewerkers bevorderen. Door opleidingsmogelijkheden te voorzien en doordacht te investeren in competenties, nemen mensen vol zelfvertrouwen hun verantwoordelijkheden op en voeren hun job met de grootste voldoening uit. We proberen onze medewerkers dan ook steeds een werkomgeving te bieden waarin ze het beste van zichzelf kunnen geven. Uiteindelijk is het immers ook dat wat van hen verwacht wordt. Dankzij vastgelegde competentieprofielen (zie 9.5.) weten onze arbeiders en bedienden ook perfect wat er van hen verwacht wordt. Voor onze bedienden organiseren we jaarlijks **evaluatiegesprekken**. De evaluatiecyclus hebben we vernieuwd naar een meer open dialoog tussen leidinggevende en medewerker met de focus op sterktes en ruimte voor het opsporen van talenten die (nog) niet voldoende ingezet worden. Deze nieuwe aanpak werd zowel door leidinggevendenden als bij de medewerkers positief onthaald. Voor onze arbeiders hanteren we een constante en open feedbackcultuur. Leidinggevendenden evalueren de competenties van hun medewerkers aan de hand van onze competentiematrix. Zowel

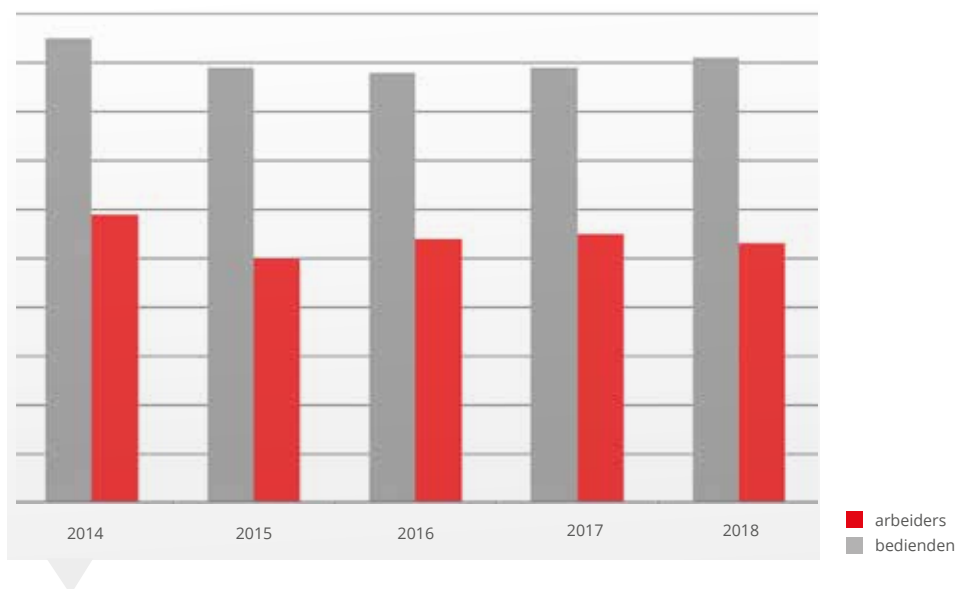


op initiatief van de leidinggevende als de medewerker kan hierover een gesprek gevoerd worden.

De **balans tussen werk en privé** in evenwicht houden, is eveneens een aandachtspunt dat bij ons bewust op de agenda staat. Zo proberen we bv. steeds tegemoet te komen aan de vragen van onze medewerkers om deeltijds te werken. Maar ook een menselijke touch vinden we belangrijk. Met een persoonlijke attentie of een blijk van medeleven geven we de ingrijpende gebeurtenissen in het leven van onze medewerkers (zoals geboortes, huwelijken en overlijdens) de plaats die ze verdienen in een regime dat bij hen past.

Kortom, we leveren heel wat inspanningen om onze medewerkers happy@work te houden. Maar hoe staan onze medewerkers zelf tegenover dit beleid? Dit toetsen we intern af via een driejaarlijks **tevredenheidsonderzoek** (zie 9.7.). Dat wordt apart opgesteld voor arbeiders en bedienden aangezien hun belangen soms verschillen.

figuur 9.1. werknemers in dienst bij Pami



	2014	2015	2016	2017	2018
arbeiders	89	88	89	91	97
bedienden	50	54	55	53	54
totaal	139	142	144	144	151

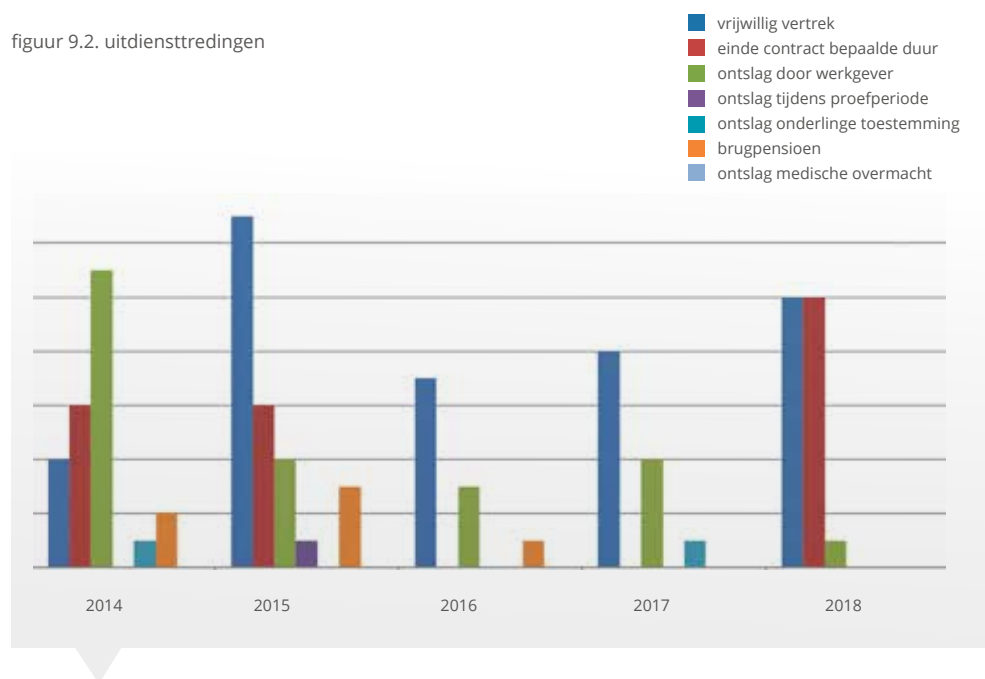


9.2. Personeelsbestand en -verloop

Het **personeelsbestand** wordt opgesplitst in arbeiders en bedienden:

We proberen steeds om met zowel klanten als leveranciers een 'long-term partnership' op te bouwen. Dit levert voor beide partijen immers een hoog rendement op. Maar ook met ons personeel willen we een relatie op lange termijn opbouwen. En het bewijs van onze inspanningen leeft effectief op de werkvloer, want we hebben mensen in dienst die al vele jaren actief zijn binnen ons bedrijf!

figuur 9.2. uitdienststredingen



	2014	2015	2016	2017	2018
vrijwillig vertrek	13	7	8	10	2
einde contract bepaalde duur	6	0	0	10	0
ontslag door werkgever	4	3	4	1	1
ontslag tijdens proefperiode	1	0	0	0	0
ontslag onderlinge toestemming	0	0	1	0	0
brugpensioen	3	1	0	0	
ontslag medische overmacht	0	0	0	0	0

In onze groep gaan we vrij flexibel om met uurroosters. Alle mogelijke vormen worden toegestaan, waaronder ook deeltijds werken, tijdskrediet of loopbaanvermindering.

9.3. Ziekteverzuim en arbeidsongevallen

We hebben een **verzuimbeleid** waarbij door middel van gesprekken bij veelverzuimers achterhaald wordt wat de reden van het verzuim is en of er door het bedrijf hierin iets kan gedaan worden.

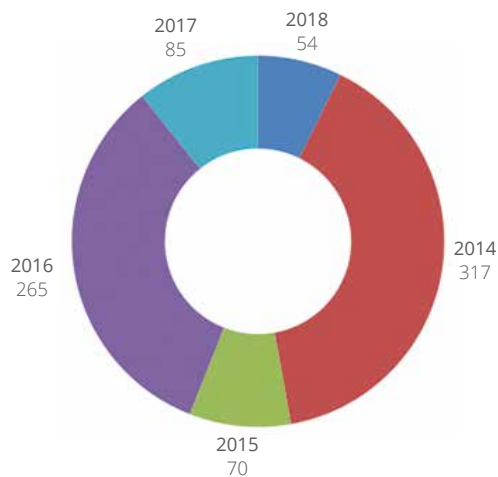
Een goede werking van ons comité VGV heeft er ook dit jaar voor gezorgd dat het aantal arbeidsongevallen zeer beperkt is gebleven. Er gebeurden in 2017 7 arbeidsongevallen met werkverlet. Deze ongevallen vertegenwoordigden in totaal 85 dagen werkonbekwaamheid. Dit is waarschijnlijk een stuk lager dan het sectorgemiddelde (*nog niet gekend bij uitgave*). Uiteraard kan een enkel ongeval de verhouding al aanzienlijk scheef trekken. Met affichecampagnes en duidelijke instructies aan alle machines wordt veiligheid steeds weer onder de aandacht gebracht.

figuur 9.3. absentieismecijfer

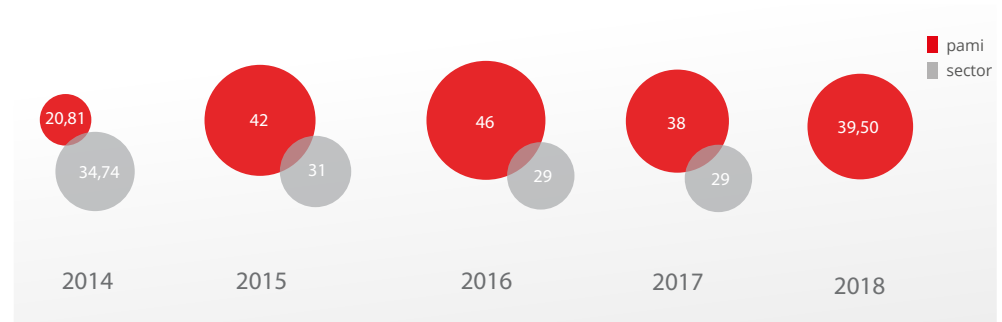


	2014	2015	2016	2017	2018
arbeiders	2,32	2,42	2,60	2,62	3,20
bedienden	2,32	2,20	2,17	2,14	2,59
TOTAAL	2,32	2,33	2,44	2,45	2,98

figuur 9.4. werkverlet door arbeidsongeval (dagen)

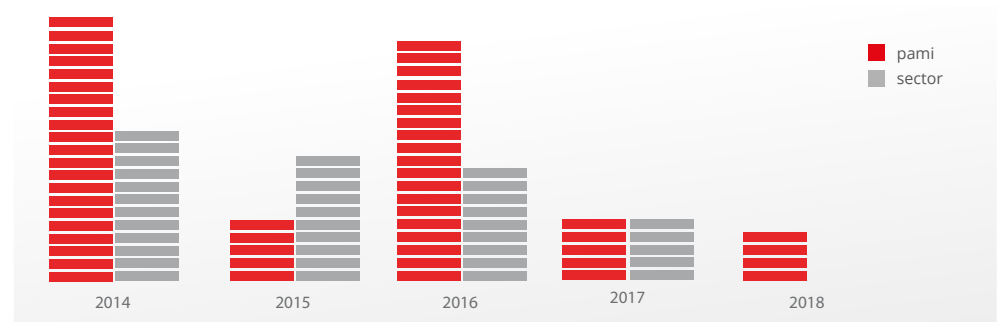


figuur 9.5. werkverlet door arbeidsongeval - frequentiegraad (aantal ongevallen x 1.000.000 / gewerkte uren)



	2014	2015	2016	2017	2018
Pami	20,81	42,24	46,00	38,00	39,50
sector	34,74	31,00	29,00	29,00	

figuur 9.6. werkverlet door arbeidsongeval - ernst (aantal dagen werkverlet x 1.000 / gewerkte uren)



	2014	2015	2016	2017	2018
Pami	1,64	0,40	1,35	0,46	0,26
sector	0,92	0,80	0,73	0,49	



9.4. Opleiding en coaching

Wij besteden veel aandacht aan de ontplooiing van onze medewerkers op alle niveaus door gerichte coaching en opleidingskansen te voorzien.

Onze **arbeiders** worden in samenspraak met de medewerkers zoveel mogelijk intern opgeleid. Hoe meer taken en handelingen een werknemer kent, hoe interessanter voor het bedrijf, maar ook hoe boeiender voor de persoon zelf. Ons loonbeleid voor arbeiders hebben we intussen volledig afgetoetst aan de marktconformiteit en grondig herzien met een interne classificatie en loontabel. Verder hebben we een beleid ontwikkeld waarbij we de flexibiliteit van onze medewerkers extra belonen. Hoe meer jobs een medewerker binnen zijn afdeling kent, hoe hoger zijn loon kan zijn. Zo boosten we de ontwikkeling van onze mensen en stimuleren we hen om gemotiveerd opleidingen te volgen...

Onze interne opleidingen worden geregistreerd in een HR software pakket. Hierdoor hebben we een goed inzicht in alle inspanningen die op dit vlak al geleverd worden in de diverse afdelingen met het oog op optimalisatie.

We focussen we sterk op het opleiden en coachen van onze **leidinggevenden**. Nieuwe leidinggevenden volgen een intensieve externe opleiding om medewerkers efficiënt en enthousiast te leren aansturen in functie van een optimaal rendement en een fijne werksfeer. Na deze opleiding worden ze verder intern gecoacht. In 2017 zijn we gestart met een intensief leiderschapstraject met een grondige basisopleiding voor onze beginnende leidinggevenden en workshops en intervisies voor de rest van de leidinggevenden. In 2018 hebben we dit traject voortgezet met extra workshops rond evaluatie, waarderend leiderschap en individuele coaching. Dit met behulp van een mix van interne expertise en externe partners.

Verder hebben wij als bedrijf een actief aandeel in verschillende netwerkgroepen waarbij opleiding gestimuleerd wordt, zowel intern als extern. Ook externe expertise roepen we regelmatig in om bijstand te leveren. We laten onze eigen mensen zo proeven van nieuwe ervaringen en methodes en ze krijgen de gelegenheid om te groeien en te leren zonder bedrijfsblind te worden (consultancy bij O&O, HR, IT, marketing, ...).

Sinds 2011 zijn we lid van Agoria, de federatie voor de technologische industrie. Via deze weg willen we nog meer gespecialiseerde kennis in huis halen in de toekomst.

9.5. Competentiemanagement en evaluatie

Als organisatie hebben we een uitgesproken visie en ambitie over wat we willen betekenen in de kantoormarkt. Om dit te realiseren, zijn goed ontwikkelde competenties een echte must, voor al onze medewerkers. Aan de hand van een concreet competentiemodel willen we ervoor zorgen dat de profielen en competenties die we aantrekken, ontwikkelen en belonen ook naadloos aansluiten bij onze bedrijfsambities.

Het **competentiemodel** dat we ontwikkelden, bouwt verder op onze bestaande visie, waarden, bedrijfscultuur en evaluatieprocessen. Na een brede bevraging van het management hebben we dit samengebracht in een beperkte en samenhangende set van competenties die voor iedereen van belang is. Het gaat om teamwerk, flexibiliteit, klantgerichtheid, gedrevenheid, inzet, kwaliteit, ethisch handelen, leiding geven, enz. Het spreekt vanzelf dat het belang van de competenties varieert volgens de rol en de functie die de medewerker vervult binnen het geheel.

Bij rekrutering zijn we zo in staat om kandidaat-medewerkers objectief te beoordelen op basis van deze vastgelegde algemene en specifieke competenties. Het is immers perfect mogelijk om de vereisten voor een functie te vergelijken met het profiel van de sollicitant. Het competentie model maakt het mogelijk om de vormingsbehoeften voor een specifieke functie te bepalen en de persoonlijke groei te stimuleren.

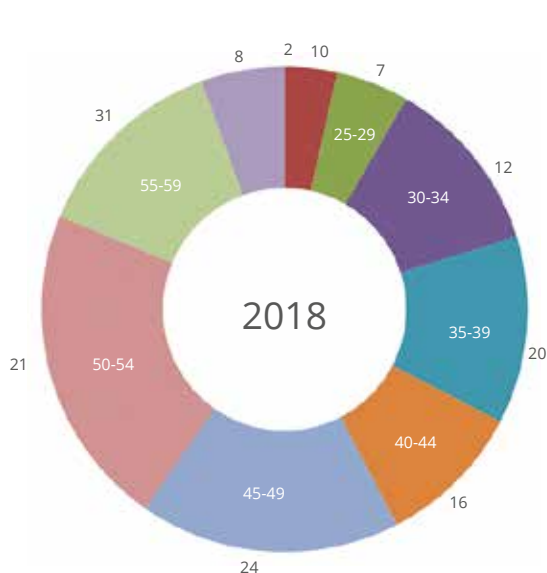
Door op een gestructureerde manier om te gaan met competentie management binnen dit vaste kader, willen we als bedrijf een meerwaarde bieden aan de gevoerde HR-politiek en een gemeenschappelijke taal creëren. We willen iedereen naar een hoger niveau tillen en boven zichzelf laten uitstijgen. Zo kunnen we samen bouwen aan een doeltreffend loopbaanbeleid voor al onze medewerkers.

9.6. Diversiteit



	2014	2015	2016	2017	2018
man	111	109	112	115	120
vrouw	28	33	32	29	31

figuur 9.7. verdeling man/vrouw



	2014	2015	2016	2017	2018
-20	0	0	1	0	2
20-24	4	3	4	5	10
25-29	10	12	8	7	7
30-34	19	21	19	17	12
35-39	15	16	19	18	20
40-44	14	14	14	14	16
45-49	30	27	22	25	24
50-54	30	33	34	31	21
55-59	14	14	19	19	31
60+	3	2	4	8	8

figuur 9.8. leeftijdsverdeling

In het kader van de CAO 104 die stelt dat iedere onderneming een werkgelegenheidsplan dient op te stellen voor 45-plussers, hebben wij hier gekozen om dit plan open te trekken naar alle werknemers met als voornaamste focus en doelstelling **'duurzame inzetbaarheid'**. Leeftijdsbewust personeelsbeleid start in onze visie niet op de leeftijd van 45, maar aan het begin van de loopbaan.

Het plan is een 4-jaren plan met als actiepunten:

1. Ontwikkelen van competenties en kwalificaties van werknemers, met inbegrip van toegang tot opleidingen
 - Flexibele inzetbaarheid van werknemers verhogen door taakverruiming en horizontale jobrotatie
 - Kennisoverdracht organiseren via invoeren van mentorship, lerende netwerken, werkplekleren
 - Structuur opzetten om talentontwikkeling te verhogen
2. Loopbaanontwikkeling en loopbaanbegeleiding binnen de onderneming
 - Invoeren van loopbaangesprekken bij arbeiders en bedienden

3. Gezondheid van de werknemer, preventie en het wegwerken van fysieke en psychosociale belemmeringen om aan het werk te blijven

- Focus op ergonomie: werkplekorganisatie, onderzoek naar hef- en til hulpmiddelen
- Ontwikkeling van lichter materiaal en eenvoudigere montage

4. Mogelijkheden bekijken voor aanpassing van arbeidstijden en arbeidsorganisatie

5. Acties invoeren ter bevordering van het welzijn op het werk

Onze groep heeft zeer trouwe medewerkers. Ons personeelsbestand telt heden ten dage meer dan 50% 45-plussers. In het **diversiteitsplan** willen we echt inzoomen op duurzame inzetbaarheid en leeftijdsbewust personeelsbeleid. In een eerste fase willen we extra informatie genereren bij onze medewerkers door middel van het voeren van loopbaangesprekken. Om deze gesprekken op een professionele en resultaatgerichte wijze te laten verlopen, zijn onze leidinggevenden opgeleid en gecoacht worden in het voeren van deze gesprekken. Er zullen acties geformuleerd worden om de werkbaarheid, het werkvermogen en -goesting te verhogen.

Ondertussen hebben we onze jonge leidinggevenden op cursus gestuurd, worden er regelmatig coachingsgesprekken gevoerd en houden we intervisiesessies om de opgedane kennis te actualiseren en praktijkvoorbeelden met elkaar te bespreken.

Onze opleidingen worden geregistreerd in een softwareprogramma, zodat we beter kunnen opvolgen wie welke competenties verworven heeft.

9.7. Tevredenheidsonderzoek

Hoe happy@work zijn onze medewerkers eigenlijk? Wij proberen constant de vinger aan de pols te houden, zaken in vraag te stellen en hieruit nuttige lessen te trekken. Daarom houden we regelmatig een tevredenheidsonderzoek bij onze mensen. De resultaten van de bevraging brengen we in kaart in functie van eventuele concrete acties en maatregelen. In 2014 besloten we het klassieke tevredenheidsonderzoek via schriftelijk bevraging te vervangen door een meer diepgaand onderzoek in de vorm van een tweedaagse workshop rond jobsatisfaction. Hieraan namen een 25-tal mensen deel, vertegenwoordigers uit alle afdelingen en alle lagen van onze organisatie. Zij formuleerden samen de pijlers die ervoor zorgen dat mensen hun job met plezier en overtuiging kunnen uitoefenen. We startten van hieruit 4 werkgroepen, die met deze thema's aan de slag gegaan zijn.

Onder impuls van de zeer positieve reacties van de deelnemers aan de workshop, organiseerden we een half jaar later een tweede, verkorte versie voor ál onze werknemers. Hier werd vooral bevestigd dat de pijlers waarrond we ondertussen aan het werken waren, de juiste pijlers zijn.

Begin 2016 hebben we dan een nieuw tevredenheidsonderzoek gelanceerd. Alle thema's die te maken hebben met 'werken bij Pami' kwamen opnieuw aan bod en werden bevestigd: loonbeleid, communicatie, jobzekerheid, omgeving, sfeer, opleiding, betrokkenheid, motivatie, ... De bekommernis over de gewijzigde economische toestand is de eerste opvallende uitschieter.

Het eerstvolgende onderzoek staat gepland begin 2019.

Uiteraard is het een universele noodzaak voor een bedrijf om de toekomst economisch te borgen. Daarom zijn we in samenwerking met Deloitte gestart met een grondige analyse van toekomstige markten. Er zal hiervoor een strategisch plan uitgewerkt worden. De toegankelijkheid van de leidinggevenden en HR scoorde nog steeds goed, maar vertoonde een duidelijke daling ten opzicht van het vorig onderzoek, wat maakt dat we dit wel een aandachtspunt vonden. Extra coaching en opleidingstrajecten voor de leidinggevenden zijn in het kader hiervan lopende. Medewerkers geven aan een grote behoefte te hebben aan ontwikkelingsmogelijkheden. Dit kunnen we uiteraard alleen maar toejuichen. Gezien we hier meer zicht op willen hebben op het niveau van het individu gaan we hiervoor een meer diepgaand onderzoek uitvoeren om hieraan gepast tegemoet te kunnen komen. Tenslotte wensten de medewerkers nog beter op de hoogte te zijn van het reilen en zeilen van de onderneming. Hiervoor zal het communicatieplan aangepast worden met meer informele communicatiemomenten op afdelingsniveau, waardoor informatie sneller tot bij iedere medewerker komt.

GRI 4.13.

10. MAATSCHAPPELIJKE BIJDRAGE

Onze organisatie streeft ernaar om op elk vlak een positief steentje bij te dragen aan de samenleving. Waar we kunnen, zetten we onze faciliteiten en menskracht dan ook constructief in voor maatschappelijke doelen (zie 6.5. *Pami en de samenleving*).

De Kamer van Koophandel Limburg en de provincie Limburg zetten zich met het project "Techniekpromotie" in om het tekort aan technisch geschoold personeel aan te pakken. Onze industrie staat of valt immers met de aanwezigheid van technische en wetenschappelijke professionals. Vandaar de missie om tegen 2020 de instroom in studierichtingen met wetenschappen en techniek met 20 procent op te trekken door zowel leerlingen, ouders als leerkrachten te enthousiasmeren. Daarnaast willen ze besluitvormers overtuigen van het brede maatschappelijke belang van techniek. Via de organisatie van de FIRST® LEGO® League willen ze samen met 44 Limburgse bedrijven, waaronder Pami, talentontwikkeling bij kinderen van 11 tot 12 jaar stimuleren en een positieve attitude creëren tegenover techniek. Onze welvaart is immers afhankelijk van de industrie. Bedrijven zorgen voor werkgelegenheid. Innoverende en creatieve bedrijven trekken nieuwe investeringen aan en bieden onze jeugd een toekomst.

Rotary Overpelt - Noord-Limburg

Hendrik Essers, uittredend voorzitter

Voka - KvK Limburg

Hendrik Essers, vice voorzitter

VKW Limburg

Lode Essers, erevoorzitter, lid van het bestuurscomité en raad van bestuur

VBO

Lode Essers, lid van het directiecomité

Agoria

Lid van Raad van Bestuur

11. PRODUCTONTWIKKELING VOOR EN DOOR MENSEN

Samen met onze klanten ontwerpen onze binnenhuisinrichters het perfecte werkklimaat op maat van elk bedrijf. Motiverend voor de medewerkers, bevorderlijk voor de resultaten en positief voor de sfeer. Dit doen we met hedendaags meubilair, maatwerk, innovatieve oplossingen en slimme designs. Steeds doordacht en duurzaam. Samen met onze klant rond de werktafel.

We bieden onze klanten zowel een standaardgamma van kantoormeubilair als maatwerk. Het verschil mag duidelijk zijn, maar beide hebben toch heel wat eigenschappen gemeen:

- **concept:** bedrijven groeien, medewerkers evolueren en kantoren veranderen. Door de jaren heen hebben we geleerd dat het beste kantoormeubilair flexibel is. Daarom ontwerpen wij enkel producten die aanpasbaar zijn aan het Nieuwe Werken en de veranderende noden van hun eigenaars.
- **kwaliteit:** alleen de beste grondstoffen en halffabricaten komen onze productieplant binnen. Alleen de meest geavanceerde, hoogtechnologische machines mogen deze topmaterialen verwerken. Het vakmanschap van onze mensen doet de rest. Een systeem van integrale kwaliteitszorg garandeert dat elk Pami product met glans slaagt voor de testen rond afmetingen, veiligheid, sterkte en duurzaamheid.
- **ergonomie:** we hebben aandacht voor een comfortabele en ergonomische werkhouding voor iedereen. Daarom voldoet ons meubilair aan de strengste Europese normen wat betreft hoogteverstelling, brandklasse, reflectie, vrije beenruimte, ...
- **akoestiek:** klinkt het niet, dan werkt het. Kantoormeubilair dat optimaal geluid absorbeert, bevordert de concentratie van medewerkers. Denk aan akoestische scheidingswanden, zit elementen, schuifdeurkasten en achterwanden. De absorberende eigenschappen brengen het geluid naar een acceptabel niveau.
- **totaaloplossing:** dankzij een breed aanbod van doordachte producten kunnen de meeste marktsegmenten bij ons terecht. Met onze partners slagen we er telkens opnieuw in unieke werk-, vergader- en ontmoetingsplekken te creëren.

Samen streven we continu naar duurzaamheid. Daarom worden al onze producten ontworpen en geproduceerd met oog voor People, Planet en Prosperity.



12. UW MENING TELT

De mening en ervaring van onze klanten kan onze eigen service nog verbeteren. Via onze accountmanagers die dagelijks met klanten in contact komen, worden ervaringen vaak onrechtstreeks meegedeeld. Foutjes die tussen de plooiën vallen worden strikt geregistreerd en opgevolgd. Bovendien streeft ons verkoopsteam ernaar om vragen en eventuele opmerkingen zo snel mogelijk te behandelen en op te lossen. In ons beleid is de verlagings van tekortkomingen steeds een prominent actiepunt!

Ook nodigen wij onze klanten uit om vrijwillig deel te nemen aan onze tevredenheidsenquêtes. Elk kwartaal contacteren we klanten van geïnstalleerde projecten via telefoon met de vraag om deel te nemen aan ons klantentevredenheidsonderzoek.

Om op een eenduidige en gemakkelijk te interpreteren manier een klantentevredenheidsscore te bepalen, werken we sinds kort met de Netto Promotor Score (NPS). Concreet wordt aan de respondent de volgende vraag gesteld: in welke mate zou u Pami aanraden aan vrienden/familie/collega's?

- Ambassadeurs (score 9 of 10): bevelen een leverancier actief aan bij anderen;
- Apathen (score 7 of 8): bevelen een leverancier vooral passief aan
- Afvalligen (score 0 tot 6): zullen een leverancier niet snel aanbevelen.

NPS = het % Ambassadeurs - het % Afvalligen. De NPS zelf wordt niet uitgedrukt als een percentage maar als een absoluut getal. Voor Pami betekende dit tijdens de laatste bevraging een score van +23 (volledig 2018).

Wat moeten we nog meer beter doen?

Ook inzake de specifieke onderwerpen betreffende Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen zijn bevragingen gehouden. Hieruit bleek dat deze onderwerpen zoals we verwacht hadden onze stakeholders sterk bezighouden. Iedereen is wel begaan met een betere toekomst en er worden ook van ons blijvende inspanningen verwacht.

Onze klanten geven geen uitgesproken wensen aan, algemeen geven ze goede scores. De belangrijkste bekommernis situeert zich op het vlak van consumentenzaken. Niet verwonderlijk want dat is het meest concrete onderwerp voor deze doelgroep.

De leveranciers geven ons ook een goede score, met nergens pijnpunten of wensen op het gebied van de MVO onderwerpen waarmee ze raakpunten hebben.

Onze medewerkers zijn ook bevraged en daar blijken nog steeds de bekommernissen te spelen van vorige bevragingen. De nood aan ontwikkelingsmogelijkheden binnen Pami kwam duidelijk terug naar boven en de vraag naar nog betere informatie over het reilen en zeilen van het bedrijf getuigt van een grote betrokkenheid met Pami.

Wat doen we eraan?

Aan deze wensen proberen we uiteraard zo goed mogelijk tegemoet te komen. We hebben onder andere aan volgende zaken gewerkt:

- Op vraag van enkele mensen hebben we extra opleiding voorzien en de mogelijkheid gecreëerd om intern breder inzetbaar te zijn. Daarnaast hebben we zowel voor onze leidinggevenden in productie als bij de bedienden een intensief opleidingstraject voorzien bestaande uit workshops en coaching.
- Onze medewerkers worden beter en breder betrokken bij de lopende projecten via allerlei kanalen. De resultaten zullen later geëvalueerd worden.
- De effecten van het 'ECO-driving' door onze vrachtwagenchauffeurs zullen ook verder opgevolgd worden.

Wat moeten we nog meer doen?

Om te beginnen gaan we een aantal wensen die uit de bevestigingen komen verder uitdiepen. Consumentenzaken voor de klanten, ontwikkelmogelijkheden bij de medewerkers.

Verder willen we de economische toekomst verzekeren door het strategisch plan uit te rollen voor nieuwe markten.

GRI-INHOUDSOPGAVE

STANDAARD INFORMATIEVOORZIENING DEEL I: Profiel		Behandeld in
1. Strategie en Analyse		
§	Omschrijving	
1.1	Een verklaring van raad van bestuur over relevantie van duurzame ontwikkeling voor de organisatie en haar strategie.	4
1.2	Beschrijving van belangrijke gevolgen, risico's en mogelijkheden.	1
2. Organisatieprofiel		
2.1	Naam van de organisatie.	2
2.2	Voornaamste merken, producten en/of diensten.	2
2.3	Operationele structuur van de organisatie, met inbegrip van divisies, dochterondernemingen en samenwerkingsverbanden.	2
2.4	Locatie van het hoofdkantoor van de organisatie.	2
2.5	Het aantal landen waar de organisatie actief is (met relevantie voor de duurzaamheidskwesities).	2
2.6	Eigendomsstructuur en de rechtsvorm.	2
2.7	Afzetmarkten (geografische verdeling, sectoren en soorten klanten).	2
2.8	Omvang van de verslaggevende organisatie.	2
2.9	Significante veranderingen tijdens de verslagperiode wat betreft omvang, structuur of eigendom.	2
2.10	Onderscheidingen die tijdens de verslagperiode werden toegekend.	2
3. Verslagparameters		
3.1	Verslagperiode waarop de verstrekte informatie betrekking heeft.	4
3.2	Datum van het meest recente verslag.	-
3.3	Verslaggevingscyclus (jaarlijks, tweejaarlijks, etc.).	-
3.4	Contactpunt voor vragen over het verslag of de inhoud ervan.	4
3.5	Proces voor het bepalen van de inhoud van het verslag, met inbegrip van: relevantie, materialiteit en stakeholders.	-
3.6	Afbakening van het verslag.	-
3.7	Specifieke beperkingen voor de reikwijdte of afbakening van het verslag.	-
3.8	Basis voor verslaggeving over samenwerkingsverbanden, dochterondernemingen in gedeeltelijk eigendom, gehuurde faciliteiten, itbestede activiteiten of andere entiteiten.	-
3.9	De technieken en berekeningsgrondslagen voor gegevensmetingen, waaronder de voor schattingen gebruikte aannames.	-
3.10	Uitleg over de gevolgen van eventuele herformuleringen van eerder verstrekte informatie.	-
3.11	Significante veranderingen ten opzichte van vorige verslagperiodes ten aanzien van reikwijdte, afbakening of meetmethoden van het verslag.	2
3.12	Inhoudsopgave.	index
3.13	Beleid en huidige praktijk met betrekking tot het verstrekken van externe assurance van het verslag.	-

4. Bestuur, verplichtingen en betrokkenheid		
4.1	De bestuursstructuur van de organisatie, met inbegrip van commissies die vallen onder het hoogste bestuurslichaam.	5
4.2	Geef aan of de voorzitter van het hoogste bestuurslichaam eveneens een leidinggevende functie heeft.	5
4.3	Voor organisaties met een enkelvoudige bestuursstructuur: vermeld het aantal onafhankelijke en/of niet-leidinggevende leden van het hoogste bestuurslichaam.	5
4.4	Overlegorganen voor aandeelhouders en medewerkers voor aanbevelingen of medezeggenschap op het hoogste bestuurslichaam.	8
4.5	Een koppeling tussen vergoedingen voor leden van raad van bestuur en (top)managers en de (MVO)-prestaties van de organisatie.	-
4.6	Processen waarmee de raad van bestuur waarborgt dat strijdige belangen worden vermeden.	-
4.7	Proces voor het bepalen van de kwalificaties en expertise van de leden van de raad van bestuur voor het sturen van de MVO-strategie.	-
4.8	Intern ontwikkelde missieverklaringen en gedragscodes die van belang zijn voor de MVO-prestaties, met de mate van invoering ervan.	6
4.9	Procedures van de raad van bestuur voor het overzien van de MVO-prestaties, met inbegrip van relevante risico's en kansen en naleving van internationaal overeengekomen standaarden en principes.	-
4.10	Processen voor het evalueren van de eigen prestaties van de raad van bestuur in het bijzonder betreffende MVO-prestaties.	-
4.11	Toelichting over de toepassing van het voorzorgsprincipe.	-
4.12	Extern ontwikkelde economische, milieugerelateerde en sociale handvesten, principes of standaarden die de organisatie onderschrijft.	6
4.13	Lidmaatschap van verenigingen (zoals brancheverenigingen) en (inter)nationale belangenorganisaties.	6
4.14	Lijst van relevante groepen belanghebbenden voor de organisatie.	8
4.15	Basis voor inventarisatie en selectie van stakeholders.	8
4.16	Benadering van stakeholders en de frequentie van contacten.	8
4.17	Reactie organisatie op de voornaamste onderwerpen en vraagstukken naar voren gekomen in contact met stakeholders.	12
STANDAARD INFORMATIEVOORZIENING DEEL II: Managementbenadering		
G3 DMA	Omschrijving	
DMA EC	Managementbenadering EC	
DMA EN	Managementbenadering EN	
DMA LA	Managementbenadering AL	
DMA HR	Managementbenadering HR	
DMA SO	Managementbenadering SO	
DMA PR	Managementbenadering PR	
STANDAARD INFORMATIEVOORZIENING DEEL III: Prestatie-indicatoren		
Economisch		
EC1	Directe economische waarden die zijn gegenereerd en gedistribueerd, waaronder inkomsten, operationele kosten, personeelsvergoedingen, donaties en overige maatschappelijke investeringen, ingehouden winst en betalingen aan kapitaalverstrekkers en overheden.	3
EC2	Financiële implicaties en andere risico's en mogelijkheden voor de activiteiten van de organisatie als gevolg van klimaatverandering.	-

EC3	Dekking van de verplichtingen in verband met het vastgestelde uitkeringenplan van de organisatie.	-
EC4	Significante financiële steun van de overheid.	3
EC5	Spreiding in de verhouding tussen het standaard aanvangssalaris en het lokale minimumloon op belangrijke bedrijfslocaties.	-
EC6	Beleid, methoden en deel van uitgaven betreffende lokaal gevestigde leveranciers op belangrijke bedrijfslocaties.	-
EC7	Procedures voor lokale personeelswerving en aandeel van het topkader dat afkomstig is uit de lokale gemeenschap op belangrijke bedrijfslocaties.	-
EC8	Ontwikkeling en gevolgen van investeringen in infrastructuur en diensten die voornamelijk ten behoeve van het algemeen nut worden geboden door middel van verplichtingen van commerciële aard, dan wel in natura of pro bono.	-
EC9	Inzicht in en beschrijving van significante indirecte economische gevolgen waaronder de omvang ervan.	10
Milieu		
EN1	Totale hoeveelheid gebruikte materialen naar gewicht of volume.	7
EN2	Percentage van de gebruikte materialen dat bestaat uit afval van externe bronnen.	7
EN3	Direct energieverbruik door primaire energiebron.	7
EN4	Indirect energieverbruik door primaire bron.	7
EN5	Energie die bespaard is door besparingen en efficiëntieverbeteringen.	7
EN6	Initiatieven ten behoeve van energie-efficiëntie of op duurzame energie gebaseerde producten en diensten, evenals verlagingen van de energie-eisen als resultaat van deze initiatieven.	7
EN7	Initiatieven ter verlaging van het indirecte energieverbruik en reeds gerealiseerde verlaging.	7
EN8	Totale wateronttrekking per bron.	7
EN9	Waterbronnen waarvoor wateronttrekking significante gevolgen heeft.	-
EN10	Percentage en totaal volume van gerecycleerd en hergebruikt water.	7
EN11	Locatie en oppervlakte van het land dat eigendom is, gehuurd wordt, beheerd wordt in of grenst aan beschermd gebied en gebieden met een hoge biodiversiteitswaarde buiten beschermd gebied.	-
EN12	Beschrijving van significante gevolgen van activiteiten, producten en diensten op de biodiversiteit in beschermd gebied en gebieden met een hoge biodiversiteitswaarde buiten beschermd gebied.	-
EN13	Beschermd of herstelde habitats.	-
EN14	Strategieën, huidige maatregelen en toekomstige plannen voor het beheersen van de gevolgen van de biodiversiteit.	-
EN15	Aantal op de rode lijst van de IUCN vermelde soorten en soorten op nationale beschermingslijsten met habitats in gebieden binnen de invloedssfeer van bedrijfsactiviteiten, ingedeeld naar hoogte van het risico van uitsterven.	-
EN16	Totale directe en indirecte emissie van broeikasgassen naar gewicht.	7.4
EN17	Andere relevante indirecte emissie van broeikasgassen naar gewicht.	-
EN18	Initiatieven ter verlaging van de emissie van broeikasgassen en gerealiseerde verlagingen.	-
EN19	Emissie van ozonafbrekende stoffen naar gewicht.	-
EN20	NO, SO en andere significante luchtmissies naar type en gewicht.	-
EN21	Totale waterafvoer naar kwaliteit en bestemming.	7.5
EN22	Totaalgewicht afval naar type en verwijderingsmethode.	7.2
EN23	Totaal aantal en volume van significante lozingen.	7.5
EN24	Gewicht van getransporteerd, geïmporteerd, geëxporteerd of verwerkt afval dat als gevaarlijk geldt op grond van bijlage I, II, III en VIII van de Conventie van Bazel en het percentage afval dat internationaal is getransporteerd.	7.2

EN25	Benaming, grootte, beschermingsstatus en biodiversiteitswaarde van wateren en gerelateerde habitats die significante gevolgen ondervinden van de waterafvoer en afvloeiing van de verslaggevende organisaties.	-
EN26	Initiatieven ter compensatie van de milieugevolgen van producten en diensten en de omvang van deze compensatie.	-
EN27	Percentage producten dat is verkocht en waarvan de verpakking is ingezameld, naar categorie.	7,3
EN28	Monetaire waarde van significante boetes en totaal aantal niet-monetaire sancties wegens het niet naleven van milieuwet- en regelgeving.	-
EN29	Significante milieugevolgen van het transport van producten en andere goederen en materialen die worden gebruikt voor de activiteiten van de organisatie en het vervoer van personeelsleden.	-
EN30	Totale uitgaven aan en investeringen in milieubescherming naar type.	-
Sociaal: arbeidsomstandigheden en volwaardig werk		
LA1	Totale personeelsbestand naar type werk, arbeidsovereenkomst en regio.	9
LA2	Totaal aantal en snelheid van personeelsverloop per leeftijdsgroep, geslacht en regio.	9
LA3	Uitkeringen/voordelen aan voltijdse medewerkers die niet beschikbaar zijn voor tijdelijke of deeltijdmedewerkers per grootschalige activiteit.	-
LA4	Percentage medewerkers dat onder een collectieve arbeidsovereenkomst valt.	-
LA5	Minimale opzegtermijn(en) in verband met operationele veranderingen, inclusief of dit wordt gespecificeerd in collectieve overeenkomsten.	-
LA6	Percentage van het totale personeelsbestand dat is vertegenwoordigd in formele gezamenlijke commissies van werkgevers en werknemers die bijdragen aan de controle op en advies over arbeidsgezondheidsprogramma's.	8
LA7	Letsel-, beroepsziekte-, uitvaldagen- en verzuimcijfers en het aantal werkgerelateerde sterfgevallen per regio.	9
LA8	Opleidings-, trainings-, advies-, preventie- en risicobeheersprogramma's ten behoeve van personeelsleden, hun families of omwonenden in verband met ernstige ziekten.	-
LA9	Afspraken over arbeidsveiligheid vastgelegd in formele overeenkomsten met vakbonden.	9
LA10	Gemiddeld aantal uren dat een werknemer per jaar besteedt aan opleidingen, onderverdeeld naar werknemerscategorie.	-
LA11	Programma's voor competentie management en levenslang leren die de blijvende inzetbaarheid van werknemers garanderen en hen helpen bij het afronden van hun loopbaan.	9
LA12	Percentage medewerkers dat regelmatig wordt ingelicht omtrent prestatie- en loopbaanontwikkeling.	9
LA13	Samenstelling van bestuurslichamen en onderverdeling van medewerkers per categorie, naar geslacht, leeftijdsgroep, het behoren tot een bepaalde maatschappelijke minderheid en andere indicatoren van diversiteit.	-
LA14	Verhouding tussen basissalarissen van mannen en vrouwen per medewerkerscategorie.	-
Sociaal: mensenrechten		
HR1	Percentage van en totaal aantal aanmerkelijke investeringsovereenkomsten waarin clausules over mensenrechten zijn opgenomen of waarvan de naleving van de mensenrechten is getoetst.	6
HR2	Percentage belangrijke leveranciers en aannemers die getoetst zijn op naleving van de mensenrechten en op getroffen maatregelen.	6
HR3	Totaal aantal uren personeelstraining over beleid en procedures betreffende aspecten van mensenrechten die relevant zijn voor de activiteiten, met inbegrip van het percentage van het personeel dat de trainingen gevolgd heeft.	-
HR4	Totaal aantal gevallen van discriminatie en de getroffen maatregelen.	-
HR5	Activiteiten waarvan is vastgesteld dat daarbij een aanzienlijk risico zou kunnen gelden voor het recht op de uitoefening van de vrijheid van vereniging en collectieve arbeidsonderhandelingen, alsmede de maatregelen die zijn getroffen ter ondersteuning van deze rechten.	-
HR6	Activiteiten waarvan is vastgesteld dat er een aanzienlijk risico is van gevallen van kinderarbeid, alsmede de maatregelen die zijn getroffen gericht op de uitbanning van kinderarbeid.	-
HR7	Activiteiten waarvan is vastgesteld dat er een aanzienlijk risico is van gevallen van gedwongen of verplichte arbeid, alsmede de maatregelen die zijn getroffen gericht op de uitbanning van gedwongen of verplichte arbeid.	-
HR8	Percentage van beveiligingspersoneel dat training heeft gevolgd in het bedrijf of de procedures van de organisatie betreffende aspecten van de mensenrechten die relevant zijn voor de activiteiten.	-

HR9	Totaal aantal gevallen van overtreding van de rechten van de inheemse bevolking, alsmede de getroffen maatregelen.	-
Sociaal: maatschappelijke indicatoren		
SO1	Aard, reikwijdte en effectiviteit van alle programma's en methoden die de effecten van de activiteiten op gemeenschappen bepalen en beheren, waaronder vestiging, activiteiten en vertrek.	-
SO2	Percentage van en totaal aantal bedrijfseenheden geanalyseerd op corruptiegerelateerde risico's.	-
SO3	Percentage van het personeel dat training in anti-corruptiebeleid en -procedures van de organisatie heeft gevolgd.	-
SO4	Maatregelen die zijn getroffen naar aanleiding van gevallen van corruptie.	-
SO5	Standpunten betreffende publiek beleid en deelname aan de ontwikkeling ervan, evenals lobbyen.	-
SO6	Totale waarden van financiële en in- natura- bijdragen aan politieke partijen, politici en gerelateerde instellingen per land.	-
SO7	Totaal aantal rechtszaken vanwege concurrentiebelemmerend gedrag, antikartel-, en monopolistische praktijken, alsmede de resultaten van deze rechtszaken.	-
SO8	Monetaire waarde van significante boetes en totaal aantal niet- monetaire sancties wegens het niet naleven van wet- en regelgeving.	-
Sociaal: productverantwoordelijkheid		
PR1	Levensduurstadia waarin de gevolgen van producten en diensten voor gezondheid en veiligheid worden beoordeeld met het oog op verbetering en het percentage van belangrijke product- en dienstencategorieën die aan dergelijke procedures onderhevig zijn.	-
PR2	Totaal aantal gevallen van niet-naleving van regelgeving en vrijwillige codes betreffende gevolgen voor gezondheid en veiligheid van producten en diensten gedurende de levensduur, naar type resultaat.	-
PR3	Type informatie over producten en diensten dat verplicht wordt gesteld door procedures en het percentage van belangrijke producten en diensten die onderhevig zijn aan dergelijke informatie-eisen.	-
PR4	Totaal aantal gevallen van niet- naleving van regelgeving en vrijwillige codes betreffende informatie over en etikettering van producten en diensten, naar type resultaat.	-
PR5	Beleid ten aanzien van klanttevredenheid, met inbegrip van resultaten van onderzoeken naar klanttevredenheid.	12
PR6	Programma's voor de naleving van wetten, standaarden en vrijwillige codes met betrekking tot marketingcommunicatie, waaronder reclame, promotie en sponsoring.	-
PR7	Totaal aantal gevallen van niet- naleving van regelgeving en vrijwillige codes betreffende marketingcommunicatie, waaronder reclame, promotie en sponsoring, naar type resultaat.	-
PR8	Totaal aantal gegronde klachten over inbreuken op de privacy van klanten en het kwijtraken van klantgegevens.	-
PR9	Monetaire waarde van significante boetes wegens het niet-naleven van wet- en -regelgeving betreffende de levering en het gebruik van producten en diensten.	-

Glossarium

ROHS:	Het begrip RoHS komt van het Engelse Restriction of Hazardous Substances. Het moet het gebruik van 6 stoffen, waaronder lood, in de elektronische industrie verminderen.
REACH:	REACH is een systeem voor registratie, evaluatie en toelating van chemische stoffen die in de Europese Unie geproduceerd of geïmporteerd worden. De naam 'REACH' betekent Registration, Evaluation and Authorisation of CHemicals. De regelgeving is vanaf 1 juni 2007 van kracht geworden.
VITO:	Vlaamse Instelling voor Technologisch Onderzoek
CPBW:	Comité Preventie en Bescherming op het Werk
GRI:	Global Reporting Initiative

WORKSPACE DESIGNERS