

COLUMNS



MARIA VAN DER HEIJDEN
DIRECTEUR MVO NEDERLAND

Nieuwe
columnisten
over onze
toekomst



JÜRGEN RIGTERINK
CEO FMO



MARCEL SCHUTTELAAR
OPRICHTER SCHUTTELAAR & PARTNERS



KAREN MAAS
DIRECTEUR IMPACT CENTRE ERASMUS



JOOST OORTHUIZEN
EXECUTIVE DIRECTOR IDH

FIRST WORDS **JAN BOM**

Een P+ Trendboek als relatiegeschenk

Hoe voelt het? Hoe ruikt het? Hoe is de eerste indruk? Bladenmakers vragen voortdurend aan lezers wat ze van het laatste nummer vinden, want de laatste uitgave moet altijd de beste zijn. We hebben ons publicatiebeleid verduurzaamd in de richting van de circulaire economie. Die winst zit vooral in een besparing op de vervoerskosten. De bezorger komt niet langer vier keer per jaar langs om P+ in de bus te doen, maar nog slechts twee keer. Dat scheelt aan CO₂-uitstoot.

Krijgt u hierdoor minder P+? Neel Integendeel. Het eerste nummer volgens de nieuwe lijn telt maar liefst 116 pagina's, meer dan twee keer zoveel als de vorige uitgave. Mooier gedrukt, ook nog. Bovendien hebben we inhoudelijk een verdiepingsslag gemaakt door onszelf de opdracht te geven elke week een exclusieve P+ Special te maken over een trend die belangrijk is voor de voortgang van het duurzaam ondernemen. Een eigen onderzoek, met een journalistiek dossier als resultaat. Er zijn al genoeg websites op internet die niet veel meer doen dan persberichtjes doorgeven. Als gevolg hiervan zie ik een paar keer per jaar 'het duurzaamste gebouw' van Nederland uitgeroepen worden. Niet in deze P+. Bij ons vindt u de reportage van een hoofdkantoor dat bijna voor 100 procent circulair verbouwd is. Met alle creatieve vondsten in beeld gebracht. Zo komen we verder.

Het bijzondere is dat er door de koppeling boeiende kruisverbanden ontstaan. Zie hoe we de opmerkelijke opkomst van burgerinitiatieven in kaart hebben gebracht. Eerst de geschiedenis, door de eeuwen heen. Dan portretten van initiatiefnemers. In de wijken. Bij sociale ondernemingen. Daarna een interview waaruit blijkt bij wie de vele burgers die het 'zelf doen' op ondersteuning kunnen rekenen. Daarna komen de reportages over bedrijven die in goede samenwerking met bewoners grootse duurzaamheidsprojecten realiseren. Het toetje: de enquête onder MVO Experts die bevestigen dat het merendeel van de ondernemingen in Nederland 'vermaatschappelijk'. Dat noemen wij nieuws!

Zo treft u vele andere trends aan. Niet alleen door consequent de 'doeners' aan het woord te laten, de mensen uit de praktijk die de praktische problemen oplossen. In het P+ Trendboek treft u voor het eerst negen (!) columnisten aan, topbeslissers die hun visie met u delen. Ze plaatsen ieder voor zich een 'stip op de horizon'.

Dat we dit avontuur kunnen maken, dank ik aan de partners van P+. Zij geloofden in het plan. De eerste beloning is er al. Ik mocht de afgelopen maanden heel wat spontane reacties verzamelen. Hier een bloemlezing.

"Het ziet er fantastisch uit."
Paul Hartogsveld, senior Marketing & Communications FMO

"Dank weer voor jouw leiderschap in deze."
André Nijhof, Professor Sustainable Business and Stewardship Nyenrode Business Universiteit

"Mooie special. Speciaal genoemd bij de bijeenkomst met (nieuwe) partners gistermiddag."
Maria van der Heijden, directeur MVO Nederland

"De feedback die ik (op het interview) kreeg was: direct, duidelijk, energiek, geen holle frasen, stelling nemend, motiverend."
Anneke Sipkens, directeur Stichting DOEN

"Een inspirerende nieuwe impuls aan duurzame journalistiek. Helemaal top."
Marleen Janssen Groesbeek, lector Avans Hogeschool

"Wat een rijkdom. Ik heb de indruk dat de kwaliteit iedere keer weer hoger wordt."
Jacques Reijniers, programmamanager ESB Business School, Tilburg University

"Ziet er mooi uit!"
Gijs Dröge, directeur Stichting Milieukeur

"Wat een goede Special over leefbaar loon! Ga zo door en gij zult leefbaar beloond worden."
Ton Bervoets, directeur-eigenaar Sölk BV

"Dit is precies wat we nodig hebben."
Monic van Eerden, hoofd communicatie HVC

We weten uit lezersonderzoek dat u P+ graag doorgeeft aan collega's, vrienden en familie. We hopen dat deze P+ een nog mooier relatiegeschenk is geworden ■

JAN BOM
HOOFDREDACTEUR P+ PEOPLE PLANET PROFIT

• ILLUSTRATIES ANJE JAGER • ART DIRECTION BUREAU BOUDEWIJN BOER • STUDIO 10
• UITGEVERIJ ATTICUS BV • WWW.P-PLUS.NL

COLUMN **MARIA VAN DER HEIJDEN**

Trendwatchers kijken bij voorkeur terug op eigen voorspellingen om hun eigen gelijk te halen. Maria van der Heijden van MVO Nederland ziet in de trendrapporten van de afgelopen jaren welke duurzame onderwerpen vandaag al zo gemeengoed zijn geworden, dat ze niet eens meer een trend genoemd mogen worden.

De trend van de MVO trends

MVO Nederland maakt tweejaarlijks een trendrapport. Ook dit jaar publiceerden we er weer in, onder de titel Kantelpunten binnen handbereik. De zeven trends die wij signaleren:

- + 1 Werelddoelen bepalen de opdracht van bedrijven
- + 2 Ethiek is terug in de boardroom
- + 3 Burgemeesters tonen lef
- + 4 Praatclubs zijn passé, doenclubs zijn in
- + 5 Duurzaamheid wordt een onderwerp bij de kapper
- + 6 Minder slecht is niet meer goed genoeg
- + 7 Domino-effect gooit markten om

Het MVO Trendrapport 2017 kreeg behoorlijk wat publiciteit en ik raad iedereen aan het rapport te lezen; het is gratis te downloaden op de website van MVO Nederland. Het geeft een mooi inzicht in de stand van zaken in ons vakgebied.

Trendwachten is lastig werk en voorspellen is moeilijk, vooral als het om de toekomst gaat. Maar als we de trendrapporten van MVO Nederland uit eerdere jaren naast elkaar leggen, kunnen we een duidelijke ontwikkeling waarnemen. Kort gezegd: hoe ouder de trendrapporten, hoe meer uitleg er nodig was en hoe defensiever de toon. In januari 2012 schreven we nog voorzichtig dat bedrijven die goed scoren op MVO 'voorlopig' minder kwetsbaar leken voor de doorzeurende economische crisis. Als trend noteerden we dat Internationaal MVO (IMVO) 'minder vrijblijvend' leek te worden. Een jaar later waren we nog steeds terughoudend. Volgens ons eigen trendrapport uit 2013 zou MVO 'in de toekomst een serieuze zaak worden'.

Wat een verschil met het trendrapport van dit jaar! De toon is totaal anders geworden. Ondernemers die nu nog steeds niet in de gaten hebben dat het verduurzamen van de economie topprioriteit is hebben -helaas pindakaas- de boot gemist.

"In 2012 schreven we nog dat MVO-bedrijven minder kwetsbaar leken voor de economische crisis"

We gaan echt niet nog een keer uitleggen dat grondstoffenschaarste, klimaatverandering of arbeidsomstandigheden in de keten belangrijk zijn. Wie dáár nog van overtuigd moet worden, kan altijd het trendrapport uit 2012 nog eens lezen, het staat nog steeds online. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is aan de winnende hand. Kantelpunten zijn binnen handbereik. Daar gaan we niet meer omheen draaien. ■

MARIA VAN DER HEIJDEN
DIRECTEUR MVO NEDERLAND



COLUMN JOOST OORTHUIZEN

Hoe gaat Nederland vervolg geven aan het ingezette beleid waarbij hulp en handel hand in hand gingen? Met een 'buurcontinent' Afrika waar een bevolkingsexplosie plaatsvindt? Directeur Joost Oorthuizen van IDH is er niet gerust op.

Een Marshallplan voor Afrika

Het zijn spannende tijden voor duurzame hulp en handel. Aan de ene kant de hoge ambities in Nederland op energietransitie en een kabinetsformatie waar klimaat hoog op de agenda lijkt te staan. Tegelijkertijd een Trump aan de andere kant van de oceaan die de opwarming van het klimaat ontkent, weer ruim baan wil creëren voor de failliete kolenindustrie en boren op de Noordpool mogelijk wil maken.

Ook in Nederland is het spannend wat er gaat gebeuren met ontwikkelingssamenwerking. Van de huidige coalitie verwachten we dat het progressieve beleid op hulp en handel wordt doorgezet (en hopelijk budgettair weer wordt verruimd na de zware bezuinigingen van de afgelopen jaren). Maar het kan ook de andere kant op. Terug naar de ouderwetse 'echte' ontwikkelingssamenwerking en noodhulp. In de anti-immigratie kramp en richten op de Noord-Afrikaanse landen? Of blijft de VVD met een schuin oog naar de PVV kijken? We gaan het meemaken.

“Europa heeft als naaste buur een gigantische, groeiende markt die ook gigantische problemen kent”

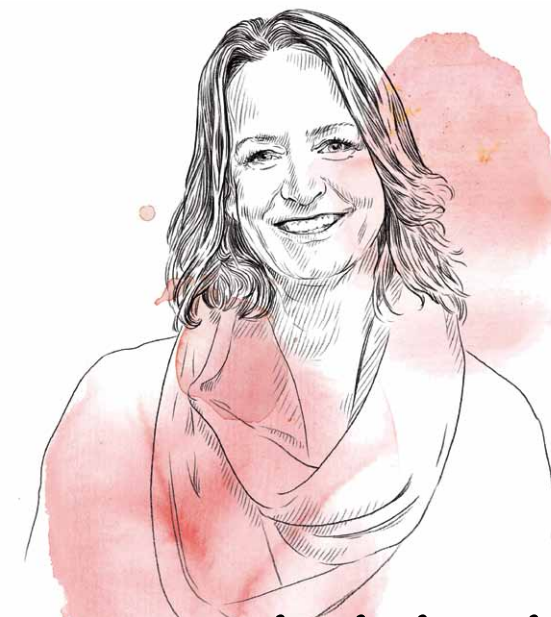
Het rommelt ook sterk in het bedrijfsleven. Twee van de grootste mondiale koplopers op duurzaam ondernemen staan zwaar onder druk, Unilever en AkzoNobel. Bij Akzo lijkt het pleit beslecht, Unilever lijkt de aanval van Amerikaanse/Braziliaanse durfkapitalisten voorlopig te overleven. Dit is zonder meer zorgelijk. Het laat zien dat het Rijnlandse model met focus op de lange termijn en stakeholder value onder druk staat van het Angelsaksische model van korte termijn aandeelhouderswaarde.

We hebben nog een grote slag te slaan als het gaat om de lange termijn focus van investeringskapitaal, voordat duurzaamheid mainstream wordt. Gelukkig blijft Unilever onverdroten staan voor hun eigen

waarden. In onze gezamenlijke IDH-programma's is het concern zeer geïnteresseerd. Recent nog lanceerden we een investeringsfonds in Davos, dat bedrijven garanties en concessioneel geld biedt in ruil voor een commitment voor natuurbehoud van tropisch bos. Een prachtinitiatief waar Unilever 25 miljoen voor reserveerde. Zeker, het dient hun duurzaamheidsbelang, maar het valt toch alleen te verklaren vanuit een lange-termijn bedrijfsvisie. Hoop in ietwat bange dagen.

En dan nog iets over Afrika dat naar de twee miljard mensen in 2050 gaat en vier miljard in 2100. Met een bevolking waarvan 80 procent van de mensen in 2020 onder de 20 jaar oud is. Dat zijn duizelingwekkende getallen. Europa heeft als naaste buur een gigantische, groeiende markt die ook gigantische problemen kent. Hoe ziet ons toekomstige Afrika en hulp en handel beleid eruit? Als we heel eerlijk zijn hebben we nog niet het begin van een antwoord. Er moet een groot investeringsplan komen voor Afrika. De Duitse minister van Financiën heeft een soort Marshallplan ontwikkeld, het plan dat Europa er na de Tweede Wereldoorlog weer bovenop hielp. Groei, banen en nog eens banen zijn nodig voor Afrika. Die vier miljard mensen willen aan het werk. En dat laatste tropisch regenwoud dat intact is in de Congo – moet ongemoeid blijven. Dan moet ook de carbon footprint van die vier miljard mensen niet de spuigaten uitlopen. Als Afrika voor de kolen kiest, kunnen we het verder wel vergeten. Genoeg te doen dus op het dossier duurzame hulp en handel. ■

JOOST OORTHUIZEN
EXECUTIVE DIRECTOR IDH – THE SUSTAINABLE TRADE INITIATIVE



COLUMN KAREN MAAS

Vooraf meten wat je gaat doen. Het is bij beslissingen die bedrijven doen vrijwel een standaard procedure. Behalve wanneer het over duurzaamheid gaat. Directeur Karen Maas van het Impact Centre Erasmus vraagt zich af waarom in dit geval 'een goed gevoel' genoeg is.

Baseer initiatieven op bewijs

Er zijn vrijwel geen organisaties te vinden die niet doordrongen zijn van het belang van duurzaamheid. Er wordt kostbare tijd, geld en middelen aan gespendeerd. Hoe is het dan mogelijk dat er zo weinig wordt nagedacht over de effectiviteit van deze investeringen?

Alles wordt getest in Nederland, van tv-programma's over puberruil tot de nieuwste smaak chips. Dat heeft een reden: vooraf testen levert een beter product op en voorkomt dure missers. Kijken we naar duurzaamheidsbeleid en de daaruit voortvloeiende initiatieven dan blijft een test echter vaak achterwege. Keuzes worden gemaakt op basis van een goed gevoel: 'Hoe leuk zou het zijn wanneer we gratis fruit aan alle medewerkers aanbieden?' Of: 'Bij ons komt 90 procent van de collega's met de fiets!'

De reden dat bedrijven zo nadrukkelijk varen op gevoelens, ideeën en ambities, is omdat het rendement van de verschillende duurzaamheidsinitiatieven vaak ondoorzichtig is. Hoeveel levert een met-de-fiets-naar-het-werk beleid op ten opzichte van gratis-fruit-voor-iedereen?

Het goede gevoeldenken staat in sterk contrast met zakelijke keuzes die dagelijks worden gemaakt en die beslissers tegen elkaar af zetten op basis van de verwachte monetaire kosten en baten. Geld dus. Na de investering kan een organisatie vaak redelijk eenvoudig zien of de verwachtingen zijn uitgekomen. Met deze feedback worden we steeds beter in het voorspellen van financiële verwachtingen.

De noodzaak om het rendement zichtbaar te maken in duurzaamheidsland, ook wel impact meten genoemd, is geen nieuw idee. Hiervoor zijn richtlijnen opgesteld om maatschappelijke kosten-baten analyses uit te voeren, methodieken ontwikkeld om de sociale return on investment (SROI) te berekenen, en ook zijn de Sustainable Development Goals opgesteld om te kijken hoe we kunnen bijdragen aan de mondiale wereldproblematiek. Bedrijven (en consultants!) gaan hier met veel energie mee aan de slag. Helaas missen bijna alle bedrijven een cruciale stap in het proces. Ze gebruiken de methodieken alleen achteraf. Hoeveel CO₂ stoten we uit? Hoeveel water gebruiken we? Hoe gelukkig zijn onze medewerkers? Ze halen het visnet op. Maar hoeveel helpt ze dat om een effectieve bijdrage aan duurzaamheid te leveren?

In de meeste gevallen bar weinig. De Amerikanen zouden zeggen: *They are hitting the target, but missing the point.* Wanneer het impact-gedachtengoed op deze manier wordt gebruikt helpt het bedrijven om een mooier verhaal te vertellen, maar niet om op een strategische manier de impact te vergroten. Daarvoor moeten ze de daadwerkelijke kracht van impact-denken aanboren.

“Als het om duurzaamheid gaat gebruiken bedrijven geen methodieken om te meten, hooguit achteraf”

Als alle organisaties nu eens starten met de vraag wat de meest materiële onderwerpen zijn om mee aan de slag te gaan. Dit moet niet bepaald worden op basis van de perceptie van een willekeurige groep stakeholders, maar op de werkelijke materialiteit: de noodzaak voor de maatschappij en de impact op de financiële en niet-financiële waarde van de organisatie. Als de belangrijkste onderwerpen bepaald zijn, moet er worden gezocht naar de verschillende aanpakken om hier een bijdrage aan te leveren. Deze moeten vervolgens afgewogen worden op basis van de kosten en de verwachte impact. Dit moeten we baseren op bestaand bewijs. Bij het Impact Centre Erasmus bouwen we momenteel aan een open source database met solide data op basis van bestaand wetenschappelijk onderzoek over de effecten van velerlei duurzaamheidsinitiatieven. Wanneer bewijs nog niet voorhanden is, moeten organisaties de verantwoordelijkheid op zich nemen om resultaten te meten en beschikbaar te stellen. Op die manier kunnen we met zijn allen meer kennis opdoen over de werkelijke kosten-baten van duurzaamheidsinitiatieven.

Beleid en investeringen afwegen op basis van de kosten en de baten, dat moet bedrijven toch als muziek in de oren klinken? Duurzaamheid is geen hobby. Bedrijven die hun wereld verbeteren zijn essentieel voor de toekomst van de hele wereld. ■

KAREN MAAS
DIRECTEUR IMPACT CENTRE ERASMUS



COLUMN MARCEL SCHUTTELAAR

West-Europa verarmt. Populisten verwoorden dit, maar het antwoord zal van groene denkers moeten komen. Communicatie-expert Marcel Schuttelaar bepleit een investeringsprogramma van historische omvang.

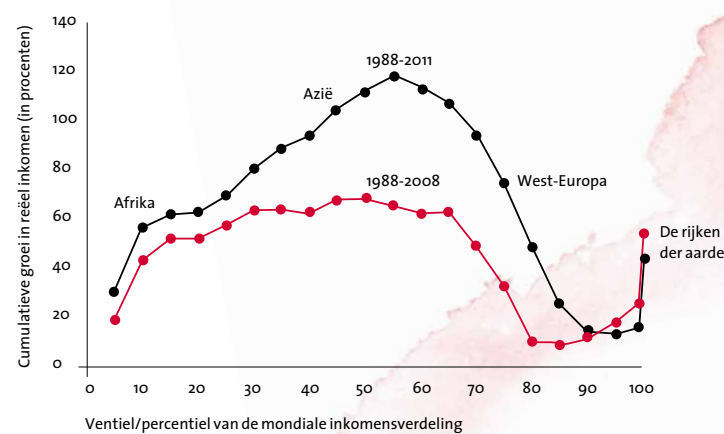
Aandacht doet groeien

Een oude volkswijsheid zegt: dat wat aandacht krijgt groeit! Of het nu gaat om een wens of een verborgen angst. Vanuit die gedachte heb ik een optimistische visie op de kansen voor een groene toekomst.

De 'olifantgrafiek' van de Harvard-econoom Branko Milanovic maakt duidelijk dat de mondiale inkomensgroei fors aan het verschuiven is. Het toont de inkomensgroei tussen 1988 en 2011, met op links de armsten en op rechts de rijksten. Vanaf de staart (Afrika) gaat de lijn hoopvol omhoog (Azië), tot de punt van de kop: daarna ontstaat een steile glijbaan omlaag (West-Europa) om pas bij de punt van de slurf weer loodrecht omhoog te komen...

Samengevat: de armen in Afrika blijven arm, de Aziatische middenklasse gaat er enorm op vooruit, de lagere westerse middenklasse ziet forse stagnatie en de rijksten der aarde worden steeds rijker.

Vooraf de stagnerende welvaartsontwikkeling in het westen is opvallend. Dit is de voedingsbodem van populistische ontwikkelingen. Ik zie die sluipende verarming op tal van niveaus in mijn dagelijkse omgeving. Dat heeft niet alleen met ontoereikende inkomens te maken, maar ook met het afwentelen van kosten en arbeid, wat de afgelopen jaren door overheid en bedrijfsleven tot ware kunst is verheven. De conclusie is simpel. We zijn dringend toe aan een ander verdienmodel, een groene basis onder ons bestaan. Milanovic gelooft dat dit moment nu aangebroken is. Hij stelt dat op verschillende momenten in de geschiedenis van de mensheid een financiële ommezwaai nodig is geweest om het systeem te redden.



Relatieve reële-inkomensgroei per capita naar mondiaal inkomensniveau, 1988-2011. Bron: Lakner en Milanovic (2015)

Er ligt gelukkig een enorm potentieel in het verschiet aan groene en gezonde waardecreatie. Energievoorziening door zon, wind, water, zout/zoet, door planten inclusief een compleet nieuwe energie-infrastructuur. Alle woningen isoleren, van het gas af en de aanleg van een smart grid om de vraag en het aanbod van stroom op een slimme manier aan elkaar te koppelen. Een transitie van de landbouw, zodat deze veel duurzamer, gezonder en smakelijker wordt. Teelt van gewassen op zee, herstel van biodiversiteit in moeilijke klimaatzones en voedsel wat bijdraagt aan een goede gezondheid in plaats van dat het er ten koste van gaat. Elektrisch transport, het echt circulair benutten van grondstoffen... De mogelijkheden zijn ongekend. Kortom: we staan pas aan het begin van een nieuwe fase die een ongekende hoeveelheid werk, bloei en welvaart kan geven aan al die mensen waaraan de welvaartstijging nu voorbij lijkt te gaan.

Dat vraagt natuurlijk een paar ingrepen. Een herstel van de rol van de overheid die sturing aan dit proces moet geven. Daarbij een verschuiving binnen het belastingsysteem. Rechtvaardiger, de lasten daar leggend waar de milieu-impact het grootste is. Op grondstoffen, zoals vliegtuigkerosine, op emissies en veel minder op arbeid. Een twintigjarenplan, wat we ook gaan uitvoeren. Inclusief scholing en onderwijs om de bevolking mee te nemen in de plannen en op te leiden om mee te kunnen profiteren. Ook als toekomstige werknemer. Om deze investeringen mogelijk te maken moeten grote geldstromen worden verlegd. Vergelijk het met het graven van een nieuw kanaal. Nu stroomt het water zinloos weg in zee, terwijl het waarde zou kunnen toevoegen. Minder beveiliging, meer interventie. Minder management, meer executie. Minder geneesmiddelen, meer preventie. Minder lastendruk voor het MKB, wel belastingbetaling door de internationaal opererende ondernemingen.

Er is eigenlijk niets dat ons belemmert zo'n keuze voor een groene economie te maken. Sturing en een goede aanwending van de overheidsbegrotingen is de enige vereiste. En wijzelf? We moeten zien los te komen van de waan van de dag en datgene gaan doen waardoor we van onze aarde een gezelligere en gezondere plek maken.

Kortom, snel op weg naar een nieuw tijdperk van -echte- welvaarts-groei. ■

MARCEL SCHUTTELAAR
OPRICHTER VAN ADVIES- EN COMMUNICATIEBUREAU SCHUTTELAAR & PARTNERS.



COLUMN JÜRGEN RIGTERINK

Nederlandse ondernemers krijgen investeringssteun om in ontwikkelingslanden met verlaagd risico aan de slag te gaan. CEO Jürgen Rigterink van FMO biedt meer dan 47 jaar aan expertise op dit gebied aan.

Het belang van hulp én handel

Demografische voorspellingen geven aan dat de wereldbevolking de komende decennia zal groeien naar 9 miljard mensen. Alleen al in Afrika zal de bevolking toenemen van 1 miljard mensen nu naar 4 miljard mensen in 2100. Deze enorme bevolkingstoename betekent meer behoefte aan zaken als voedsel, water, energie en mobiliteit. De gevolgen voor het klimaat, milieu, de veiligheid en migratie zijn enorm. De vraag is dus hoe we dit allemaal kunnen opvangen binnen de grenzen van onze planeet?

Het betekent simpelweg dat we ervoor moeten zorgen dat we zo goed en eerlijk mogelijk omgaan met onze natuurlijke bronnen. Duurzaamheid is daarbij geen optie maar pure noodzaak.

Als ontwikkelingsbank hanteert FMO het motto dat iedere investering die we doen een impact investering is. Met onze investeringen willen we bijdragen aan duurzame ontwikkeling in ontwikkelingslanden. We kijken hierbij naar de impact op het klimaat, economische groei en vooral ook naar het perspectief voor de lokale bevolking op een beter leven. Werkgelegenheid is daarbij essentieel. Banen genereren immers inkomsten, met deze inkomsten kan belasting worden betaald en zo kan een land structureel worden opgebouwd met ook publieke voorzieningen als scholen en ziekenhuizen. Lange-termijn visie is onontbeerlijk. Alleen op die manier kan worden gebouwd aan duurzame projecten op het gebied van energievoorziening, agri-business en het ontwikkelen van een stabiele financiële sector in de landen waar we actief zijn.

“Met deze nieuwe investeringsinstelling kan door middel van het wegnemen of verlagen van risico's bij projecten een hoge impact op duurzame ontwikkeling worden bereikt”

Wat is er nodig om de vele uitdagingen als klimaatverandering en bevolkingsgroei het hoofd te kunnen bieden? Nieuwe innovaties en nationale en internationale samenwerkingsverbanden moeten worden geïnitieerd. De komende jaren zijn enorme investeringen nodig om de internationale klimaat- en ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties te halen (de zogenaamde SDGs – Sustainable Develop-

ment Goals). Het bevorderen van inclusieve en duurzame economische groei en werkgelegenheid, het terugdringen van ongelijkheid in en tussen landen en dringende acties om de negatieve gevolgen van klimaatverandering tegen te gaan zijn voor ons de belangrijkste. Met onze financieringen, relaties en acties gaan we vooral bijdragen aan deze doelen.

Al enige tijd heeft Nederland een politieke agenda die hulp en handel combineert. Zowel het bieden van humanitaire hulp bij ziekte, honger en natuurrampen als het creëren van langdurig (economisch) perspectief zijn noodzakelijk. Overheid en bedrijfsleven moeten de handen ineenslaan om dit te realiseren. Met meer dan 47 jaar ervaring in ontwikkelingslanden is FMO een logische partner voor bedrijven die willen investeren in of exporteren naar opkomende landen. De kennis en expertise van het Nederlandse bedrijfsleven kan namelijk goed worden ingezet om zowel deze bedrijven als ontwikkelingslanden verder te helpen.

Op dit moment liggen er plannen van de Nederlandse overheid voor de oprichting van Invest-NL, een nieuwe investeringsinstelling met een startkapitaal van 2,5 miljard euro. FMO gaat bijdragen aan Invest-NL door middel van het vormen van een joint-venture. Het doel is internationaal opererende Nederlandse bedrijven te ondersteunen bij buitenlandse investeringen en exportmogelijkheden.

Met deze nieuwe investeringsinstelling kan door middel van het wegnemen of verlagen van risico's bij projecten een hoge impact op duurzame ontwikkeling worden bereikt. Deze projecten worden beter realiseerbaar en financieerbaar. Nederlandse bedrijven kunnen zo worden ondersteund bij het ontwikkelen van projecten in ontwikkelingslanden op het gebied van bijvoorbeeld energietransitie, mobiliteit, voedselvoorziening en digitalisering. Tegelijkertijd geven deze projecten een belangrijke impuls aan versnelling van duurzame groei en een verbetering van leefomstandigheden in ontwikkelingslanden. Een echte win-win situatie dus! ■

JÜRGEN RIGTERINK
CEO FMO

WE

WORLD EFFICIENCY SOLUTIONS



Ségolène Royal bezocht als minister van Ecologie, Duurzame Ontwikkeling en Energie de laatste World Efficiency Solutions beurs in Parijs.

World Efficiency Solutions ondersteunt de markt voor duurzaamheid en CO₂-reductie

Ter gelegenheid van de COP21 klimaatconferentie in Parijs in 2015, is Reed Expositions France gestart met de organisatie van **WE Solutions**, het grootste internationale platform voor duurzaamheid en low-carbon oplossingen.

Met welke doelstelling? WE Solutions streeft ernaar professionals uit alle activiteitensectoren waar ook ter wereld te ondersteunen bij de realisatie van hun ecologische transitie en aldus te voldoen aan de afspraken opgenomen in het Klimaatakkoord van Parijs en de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen.

Op welke manier? Professionals de gelegenheid bieden om bijeen te komen en elkaar te ontmoeten, voor het stimuleren van de implementatie van projecten en de ontwikkeling van oplossingen die bijdragen aan de strijd tegen klimaatverandering en het behoud van energiebronnen.

WE Solutions bestaat uit een 'ONLINE – On LIFE' platform, d.w.z. zowel een online community als tevens een vakevenement:

- **Een internationaal community platform – WEConnect** – een platform voor het bijeenbrengen van bestaande oplossingen van bedrijven en organisaties, alsmede projecten waarvoor een adequate oplossing gezocht wordt
- **Een vakevenement gedurende 3 dagen – WE Paris 2017** – van 12 t/m 14 december 2017 in Paris Expo Porte de Versailles, met een Summit voor beleidsmakers met debatten en conferenties, de expositie van concrete oplossingen en de presentatie van innovaties en nieuwe methodes;
- **Vele promotie-evenementen wereldwijd:** Den Haag, Milaan, Madrid, Boston, San Francisco, en van 14 t/m 16 november tijdens de COP23 in Bonn...

In Nederland werkt World Efficiency nauw samen met VNO-NCW en MVO Nederland. In dit kader is op 24 mei een bijeenkomst georganiseerd in Den Haag. Dankzij waardevolle bijdragen van Tweede Kamerlid Stientje van Veldhoven (D66) en Sladjana Mijatovi, programmamanager Circular Amsterdam, werden projecten in het

kader van circulaire economie besproken. Deelnemende ondernemingen presenteerden oplossingen op het gebied van mobiliteit en energie efficiëntie, o.a. in de voedingsmiddelenindustrie en de bouw. In het kader van het Green Deals programma, in Nederland gestart in 2011, organiseert de OREE (Franse Milieu Defensie Organisatie) een sessie over de belangrijkste Franco-Nederlandse afspraken op het gebied van duurzame ontwikkeling tijdens de aankomende WE Solutions. Daarnaast wordt, in nauwe samenwerking met de Nederlandse Ambassade in Parijs, gewerkt aan de realisatie van een Nederlandse collectieve inzending op de WE Solutions in december in Parijs.

Heeft u interessante projecten, biedt u oplossingen of bent u daarnaar op zoek? WE Solutions nodigt Nederlandse bedrijven uit om zich aan te melden bij de WE Solutions community op www.world-efficiency.com en samen te werken aan een markt voor duurzaamheid en low-carbon oplossingen!

Voor meer **informatie** kunnen geïnteresseerden contact opnemen met de Nederlandse vertegenwoordiging Promosalons Nederland.

Bezoekers en pers: T 020 4620020, E info@promosalons.nl

Deelname exposanten: Nadine Grotendorst, T 06 22970265, E ngrotendorst@reed-export.fr

