

Klein beginnen voor groot doel **Groene** alternatieven

Vergroening en duurzaamheid, we vinden het allemaal belangrijk. Maar hoe kan een organisatie er werkelijk invulling aan geven? Chiesi Pharmaceuticals B.V. heeft sinds afgelopen zomer als eerste farmaceut wereldwijd de Benefit Corporation-certificering, bedoeld voor bedrijven die behalve winst ook nadrukkelijk duurzame en sociale doelstellingen nastreven.

TEKST: GERBEN STOLK

Onze maatschappij begint zich steeds meer te realiseren dat we voor een immense uitdaging staan: het milieu sparen en verbeteren. Chiesi Pharmaceuticals B.V. voegt de daad bij het woord. Het bedrijf mag zich sinds juni 2019 Benefit Corporation noemen, ofwel B Corp. Daarmee weet het zich in een select gezelschap, waarvan onder meer ook Tony's Chocolonely en Doppler deel uitmaken. Ralph Blom is General Manager bij Chiesi Nederland. Zijn verhaal vormt ook een inspiratiebron voor eerste-lijnsorganisaties die werk willen maken van duurzaamheid. Bloms advies: "Begin met kleine dingen. Al die kleine dingen bij elkaar kunnen uitgroeien tot iets substantieels."

Wat betekent het als je B Corp bent?

Blom: "Using business as a force for good. Dat is het credo van de Amerikaanse organisatie die sinds 2006 bedrijven wereldwijd na een streng assessment het B Corp-certificaat kan geven. De organisatie is destijds opgezet door ondernemers die van mening zijn dat een bedrijf behalve winst ook nadrukkelijk duurzame en sociale doelstellingen moet nastreven. Daarbij gelden de zeventien duurzame ontwikkelingsdoelen (SDGs) van de Verenigde Naties als leidraad. Die variëren van 'waardig werk en economische groei' tot 'gendergelijkheid'."

Chiesi voldoet dus aan alle criteria?

"Wij opereren in Nederland, waar het met veel van de zeventien doelen best goed is gesteld. Neem bijvoorbeeld de doelen 'Geen honger' en 'Kwaliteitsonderwijs'. Er is nog wel veel te winnen met 'Klimaatactie', oftewel: 'Neem dringend actie om klimaatverandering en haar impact te bestrijden'. In Nederland hebben wij dan ook voor dit

specifieke thema gekozen. Wij streven naar een betere kwaliteit van leven voor astma- en COPD-patiënten. Daartoe ontwikkelen wij medicijnen, maar willen wij ook actief bijdragen aan een beter milieu. Elk jaar wordt een GAP-analyse gemaakt met daarin verbeterpunten voor elk filiaal. Denk aan onderwerpen als milieu, elektriciteitsverbruik, diversiteit, ethiek, transparantie en omgaan met medewerkers. Dit zijn slechts een paar voorbeelden. Bedrijven met een B Corp-certificering moeten een vastgesteld aantal punten halen om toe te treden en dit elk jaar verbeteren. B Corp is toegekend aan Chiesi Pharmaceuticals wereldwijd. Elk land waar Chiesi actief is, heeft eigen speerpunten en draagt bij aan een betere en gezondere wereld.

'Betere kwaliteit van leven astma- en COPD-patiënten'

Wat heeft Chiesi zoal ondernomen?

"Het is onze doelstelling in 2024 een kwart minder CO2 uit te stoten dan dit jaar. Jaarlijks laten wij onze CO2-footprint meten door de Stichting Stimular. Alles wordt onder de loep genomen: van vervoer tot wat we eten. Aan het eind van het jaar compenseren we de uitstoot met een bedrag waarvan bomen worden geplant. Verder subsidiëren wij cooking stoves in Ghana. Deze vervangen het binnenshuis koken op open vuur met hout of kolen. Bij koken op open vuur komen veel schadelijke stoffen vrij en is de verbranding zeer inefficiënt, wat leidt tot meer CO2. Veel vrouwen in Ghana koken in een hutje

op open vuur, waardoor zij en hun kinderen dagelijks die schadelijke stoffen inademen. Dit leidt tot ernstig longziekten zoals COPD op jonge leeftijd en verhoogde kindersterfte door onder andere acute longontstekingen. Bij een cooking stove komen veel minder schadelijke stoffen vrij en wordt minder brandstof verbruikt, met minder CO2 tot gevolg. Het mes snijdt aan twee kanten. Bomen in de groei slaan CO2 op en zijn belangrijk bij het tegengaan van de opwarming van de aarde. Wij sponsoren dan ook een stichting die zorgt voor het planten van bomen in zowel Nederland als het buitenland. Hoe wij onze eigen CO2-uitstoot beperken? Een belangrijke factor voor de emissie van CO2 is de productie van vlees. Daarom zijn we inmiddels volledig vegetarisch. Dat zie je bijvoorbeeld bij de lunch, maar ook bij afscheid of jubilea. Dan worden vegetarische bitterballen geserveerd. Helemaal stoppen met vlees bleek een goede manier te zijn om het thema CO2-reductie werkelijk te laten leven bij alle collega's. Waarom? Bomen planten met een subsidie, dat kost geld, maar daar breng je zelf geen offer voor. Door geen vlees te eten, laat je zien dat je zelf actief meewerkt. Het leuke is: collega's nemen dit thema mee naar huis en eten en leven thuis ook steeds meer bewust. Je raakt geïnspireerd door wat je hoort en ziet op het werk."

Zijn er meer milieuvriendelijke initiatieven?

"Het is uitgegroeid tot een automatisme om bij alles wat we doen te kijken naar de meest milieuvriendelijke variant. We stimuleren bijvoorbeeld het gebruik van openbaar vervoer, voor zowel collega's in de binnen- als buitendienst. Iedereen krijgt een treinkaart of kan zijn ov-kosten declareren. Waar mogelijk, nemen we de trein in plaats van de auto of het vliegtuig. En als we het vliegtuig nemen, reizen we duurzaam door met een vergoeding de vlucht CO2-neutraal te maken. Wij bieden onze medewerkers ook aan thuis over te gaan op groene stroom en compenseren deels het prijsverschil. Als we een laptop willen aanschaffen, selecteren we een type dat gebruikmaakt van low voltage CPU's, oftewel processors, zodat minder stroom en batterijen worden verbruikt."

Kun je andere voorbeelden geven?

"Reductie van papier en plastic. We kopen bijvoorbeeld gerecycled papier in, factureren digitaal en proberen zoveel mogelijk 'papiervrij' te werken. Bij onze mailings is al jaren geleden een punt gezet achter het gebruik van plastic. We verlangen dit ook van toeleveranciers. En uiteraard scheiden we al ons afval op kantoor." >>



Ralph Blom: 'Eerst meat free Monday, daarna vlees helemaal afgeschaft'.

Is het misschien de grootste uitdaging een mentaliteitsverandering teweeg te brengen bij collega's?

“Ja. Menigeen was niet blij toen we stopten met vlees. En kort na het besluit alleen plasticvrij te communiceren, vroeg een collega of we geen uitzondering konden maken voor een specifieke actie. Met plastic zou die goedkoper zijn. Ik zei: juist omdat het naar veel mensen gaat, houden we vast aan het principe, want dit zou ook neerkomen op heel veel plastic. Het is belangrijk vast te houden aan je ingeslagen koers, ondanks weerstand. Dan geef je het signaal dat je serieus bent.”

Hoe krijg je het thema tussen de oren?

“Door klein te beginnen. Wij gingen van start met *meat free Monday*. Toen collega's eraan waren gewend en zelfs enthousiast waren geraakt, werd vlees helemaal afgeschaft. Een ander klein initiatief heeft ook het bewustzijn gestimuleerd. Dagelijks wordt ons kantoor schoongemaakt. Tegenwoordig legen we de prullenbakken alleen op vrijdag in plaats van elke werkdag. Dat betekent vier plastic zakken per prullenbak per week minder. De kunst is om eraan te beginnen, met kleine stapjes. Op een gegeven moment wordt wat je bereikt groot.” <<

*Dit artikel is mede mogelijk gemaakt door
Chiesi Pharmaceuticals B.V.*



PARMEZAANSE WORTELS

Multinational Chiesi Pharmaceuticals B.V is een familiebedrijf. In 1935 werd de onderneming opgericht door een Italiaanse apotheker: Giacomo Chiesi. De plaats van handeling was Parma. Sinds 2007 is Chiesi ook actief in Nederland. Chiesi's speerpunt in ons land dat het meest verband houdt met de eerstelijnsgezondheidszorg, zijn respiratoire aandoeningen, vooral astma en COPD. Andere belangrijke aandachtsgebieden zijn transplantatiegeneeskunde, neonatologie en zeldzame ziekten.