



WORLDPACK

IN-STORE PRODUCTS

WORLDPACK

www.worldpack.eu

**DUURZAAMHEIDSVERSLAG
WORLDPACK 2020**

Service
with
guts!



VOORWOORD

2020 was een bijzonder jaar. Met het uitbreken van de pandemie ging onze eerste zorg uit naar de gezondheid en veiligheid van onze medewerkers. Per omgaand ingevoerde maatregelen die de hygiëne en onderlinge afstand op kantoor waarborgen zijn snel opgevolgd door het volledig faciliteren van thuiswerken. Daarbij heeft maximale digitale toegang en veiligheid een zeer belangrijke rol gespeeld.

Als onderdeel van de Sports-, Fashion & Brand Retail bedrijfsketen is ook Worldpack geconfronteerd met het effect van het sluiten van winkels. Waar ons dagelijkse assortiment aan Goods Not For Resale artikelen in volume terugliep, hebben wij onze klanten enorm kunnen helpen door beschermende producten als ontsmettende handgel, mondklappers, veiligheidshandschoenen en signaleringsmaterialen te leveren. Ons dynamische team heeft met een geweldige inzet en kennis onze rol als betrouwbare retail partner onverminderd waar kunnen maken. Daar ben ik enorm trots op.

Onze vijf kernwaarden (Take Control, Be Better, Be 1 Step Ahead, Be Enthusiastic & Work As A Team) hebben ons doen besluiten een fundamentele stap te zetten in onze duurzaamheidsambities. Dit eerste professionele verslag over het jaar 2020 is daar het fraaie resultaat van. Vele onderzoeken (intern en met name ook bij onze stakeholders) hebben een goed inzicht gegeven in welke onderwerpen men echt belangrijk vindt en welke strategie Worldpack op dit vlak in de nabije toekomst dient te volgen. Naast "Service with Guts" zal "Sustainability with Guts" voortaan een belangrijke pijler binnen Worldpacks beleid en strategie vormen.

Naast vele uitdagingen heeft 2020 ook voor mooie nieuwe kansen gezorgd. We zijn in staat geweest om enkele fantastische nieuwe partnerships aan te gaan, ons assortiment uit te breiden

en onze dienstverlening op het gebied van business insights & intelligence alsmede EDI integraties verder te professionaliseren. Daarbij zijn we succesvol geweest in het verder verschuiven van onze Aziatische importkanalen naar nieuwe Europese partners, een doelstelling die past binnen het door ons gewenste risico-, sociologisch-, en duurzaamheidsprofiel.

Ondanks een stevige tweede lockdownperiode heeft Worldpack het jaar 2020 met een goed resultaat kunnen afsluiten, waarbij wij samen met onze collega's van Bunzl Nederland donaties en schenkingen hebben mogen verzorgen aan verschillende goede doelen, waaronder Het Vergeten Kind, het Ouderen Fonds, de Nederlandse Voedsel Bank en het Rode Kruis. Het is onze verwachting dat de internationale retailmarkt vanaf mei 2021 verder zal herstellen en dat na heropening van de markt winkels weer massaal bezocht zullen gaan worden. Omnichannel retail beleving en online aankoopfaciliteiten als click & collect, ship from store en instore pick-up zijn niet meer weg te denken en zullen zich verder doorontwikkelen. In die dynamische context heeft Worldpack een propositie die haar toegevoegde waarde heeft bewezen en waarvoor steeds meer internationale retailoperaties hun interesse tonen.

2021 staat voor Worldpack dan ook voor verdere groei, waarbij de verhuizing naar een nieuwe kantoor- en magazijnlocatie voor Q3 gepland staat. Deze nieuwe faciliteit alsmede de snel herstellende markt geven veel vertrouwen voor een succesvolle, gezonde en vooral duurzame toekomst van ons bedrijf.

Met vriendelijke groet,

Jos Bergen
Managing Director



INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD DOOR JOS 03

INHOUDSOPGAVE 05

DE ORGANISATIE 06

Worldpack 06
Believe..... 08
Sustainable Development Goals 12
Activiteiten en dienstverlening 14
Supply chain 16

DE WERELD ROND WORLDPACK 18

De COVID-19-crisis 18
Klimaat 20
Retailmarkt 21

WORLDPACKS IMPACT 22

De belangen van stakeholders 22
Ecologische impact 24
Sociale impact 30
Economische impact 38

BIJLAGE EN ACHTERGROND 44

Over dit duurzaamheidsverslag 44
Bunzl Nederland en organisaties 46
GRI-inhoudsindex 50
Weglatingen 55



DE ORGANISATIE

Worldpack

Service with Guts!

Wij leveren service met lef voor alles rondom niet-handelsgoederen. We sourcen, consolideren en leveren. Of het nu gaat om voorraadbeheer, levering op winkel-niveau of om het bestellen en leveren van gepersonaliseerde producten en hele assortimenten op maat... wat de klant ook maar kan bedenken, zij kunnen het met een gerust hart aan ons overdragen.

We vinden onszelf continu opnieuw uit en verleggen grenzen om vooruit te lopen op de klantbehoefte. Wij zoeken proactief naar nieuwe markten, blijven onze maatwerkdiensten finetunen en verbeteren dagelijks onze werkwijzen. We zeggen heel graag ja tegen nieuwe dingen op ons pad. Maar dat betekent niet dat we geen nee durven zeggen wanneer onze ervaring ons heeft geleerd dat dat de beste optie is. We geloven er sterk in dat een waar partnerschap alleen kan bestaan, wanneer we open en eerlijk tegen elkaar zijn.

We zijn echte doeners en houden ervan om ogenschijnlijk onmogelijke verzoeken toch te realiseren. Niet alleen voor de klant, om eerlijk te zijn. Dingen mogelijk maken tegen

alle verwachtingen in is wat ons ieder van ons de grootste kick geeft. We zijn persoonlijk, betrokken en een tikkie arrogant, maar altijd in het voordeel van de klant!

Wij leveren...



Vijf kernwaarden

Onze service met lef is het resultaat van onze vijf kernwaardes die verankerd, omarmd en gewaarborgd worden tot in elke uithoek van de organisatie en door elke werknemer. Wat deze waarden precies inhouden, leggen we je graag uit.



TAKE CONTROL

Wij nemen persoonlijk én collectief de verantwoordelijkheid voor alles wat we doen. Wij voelen ons eigenaar van de uitdagingen van onze klanten en doen er alles aan om die op een goede manier op te lossen. Dit geldt voor iedereen: van onze magazijnmedewerkers die supernauwkeurig orderpicken tot onze klantenservice-medewerkers die klantvragen snel en volledig beantwoorden.

We krijgen hier ook de ruimte voor: ieder teamlid van Worldpack mag zelfstandig beslissingen nemen. Zo lossen we problemen, vragen en acties sneller naar tevredenheid op. We zijn wendbaarder en flexibeler en kunnen daardoor de 'service with Guts' leveren die wij onze klanten beloven.



BE BETTER

We waarderen onze teamleden en investeren in hun ontwikkeling. Door ze te trainen en door ze goed te informeren. Maar ook door ze een goede werkomgeving te bieden en een positieve cultuur te stimuleren. Dit zorgt voor gelukkige en zeer betrokken mensen die elke dag weer die extra mijl voor onze klanten gaan, en service with Guts durven te geven.

'Beter zijn' zit niet alleen in mensen, maar ook in onze bedrijfsprocessen. We investeren daarom in technologie om die processen en daarmee onze klantenservice te verbeteren. We maken het leven van onze klanten makkelijker door technologische toepassingen zoals een online bestelplatform en business intelligence.



BE 1 STEP AHEAD

Een cultuur die continue verbetering stimuleert levert concurrentievoordeel op voor onze klanten. Daarom moedigen we onze collega's aan om ideeën aan te dragen bij het hoger management en bij klanten.

We zijn goed op de hoogte van toekomstige ontwikkelingen, uitdagingen, wetten en wetgevingen. Daardoor zijn we altijd een stap vooruit. En omdat we deze informatie delen met onze klanten, en ze continu voeden met ideeën, kennis en innovatie binnen onze sector, lopen ook zij altijd een stap voor. Zo grijpen we kansen en beperken we risico's voor onze klanten, of we helpen ze die te overwinnen met oplossingen die aan hun huidige én toekomstige behoeften voldoen.



BE ENTHUSIASTIC

We zijn niet bang voor verandering, maar omarmen nieuwe ideeën en innovaties enthousiast omdat we snappen dat dit concurrentievoordeel oplevert voor onze klanten. We zeggen graag ja, maar weten ook wanneer we nee moeten zeggen. Met die gedachte zetten we vol energie en enthousiasme alles op alles om onze klant vooruit te helpen.



WORK AS A TEAM

Onze hele organisatie werkt samen als één team. We zorgen dat er geen barrières zijn tussen afdelingen en mensen, zodat kennis, ervaring en activiteiten duidelijk kunnen worden uitgewisseld. Door de juiste informatie goed met elkaar te delen, versnellen en verbeteren we de service voor onze klanten en voorkomen we fouten.

In onze visie maakt de klant deel uit van ons team. Deze partnerschapsbenadering zorgt ervoor dat we strategisch goed op jou afstemmen en jouw behoeften goed begrijpen. Zo kunnen we écht service op maat leveren.

Believe

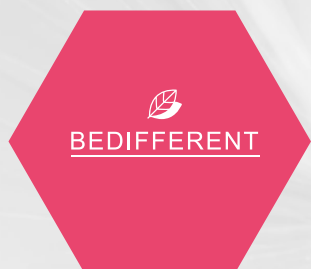
Believe is het MVO-beleid van Bunzl Nederland en dient als uitgangspunt voor al haar werkmaatschappijen. De werkmaatschappijen dragen samen zorg voor de dagelijkse essentiële niet-handelsgoederen voor haar klanten met duurzaamheid als een fundamenteel principe. Uiteindelijk moeten Bunzl en haar werkmaatschappijen erkend en herkend worden als één van de leidende leveranciers op het gebied van duurzame producten en oplossingen.

Believe is opgebouwd uit vijf verschillende pijlers, die allen te maken hebben met duurzaamheid en sociale gelijkheid. Bunzl hecht grote waarde aan het aanbieden van een duurzaam assortiment, het ontwikkelen van duurzame relaties met ketenpartners, goede arbeidsomstandigheden van onze buitenlandse producenten en de 'happiness' van onze medewerkers.





Worldpack en Bunzl hebben tevreden en gedreven medewerkers. Of het nu gaat om onze collega's, relaties of de gemeenschap in zijn algemeenheid, dagelijks dragen we bij aan groot en klein geluk van de mensen om ons heen. Zo bieden we als werkgever persoonlijke ontwikkeling onder de noemer "Bunzl Academy", een trainingsprogramma gegeven vóór en dóór onze medewerkers, houden we periodiek een medewerkertevredenheidsonderzoek om te pijlen hoe Happy onze medewerkers zijn, werken we samen met sociaal bewuste leveranciers in ontwikkelingslanden en zetten we ons in voor de maatschappij.



Worldpack en Bunzl realiseren toekomstbestendige concepten met de juiste ketenpartners. Conceptmatig denken wordt steeds belangrijker. Wij gaan niet alleen voor duurzame producten, maar ook voor duurzame samenwerkingen met bestaande en nieuwe ketenpartners. Op deze manier maken we gebruik van elkaars kwaliteiten en bouwen we samen duurzaam aan de toekomst. Zo gaan wij strategische partnerships aan met leveranciers en langlopende relaties met klanten om zo bij te dragen aan een duurzame keten.



Worldpack en Bunzl werken continu aan de optimalisatie van het assortiment. Omdat duurzaam voor onze klanten iedere keer iets anders kan betekenen, zoeken wij steeds naar de laatste ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid. Of het nu gaat om ons kernassortiment of maatwerk voor de klant, wij gaan verder dan oppervlakkige keuzes en aannames. Samen komen we tot een optimaal assortiment wat past bij de duurzame identiteit van de klant.



Worldpack en Bunzl gaan zorgvuldig om met energie, afval en water. Naast het kunnen ondersteunen van onze klanten in hun duurzame bedrijfsvoering, is het ook belangrijk dat wij zelf als bedrijf steeds meer duurzame stappen maken. Want als bedrijf heb je een grote impact op energie, afval en water. Wij doen dit door continu onze energieverbruik, uitstoot en afvalproductie te monitoren en continu te reduceren.



Worldpack en Bunzl handelen in de gehele keten met respect, integriteit en verantwoordelijkheid. Binnen Nederland is er via de wet al veel geregeld wanneer het aankomt op BEFAIR; mannen en vrouwen zijn voor de wet gelijk, we hebben een minimum loon en werkgevers en werknemers hebben verplichtingen ten opzichte van elkaar. Daarnaast hebben we een rechtssysteem waarin eerlijke handel vastgelegd is. Dat dit niet overal ter wereld even fair gaat, zal voor niemand een verrassing zijn. Binnen BEFAIR hanteren we strenge regels. Wij auditeren regelmatig onze leveranciers op onder andere discriminatie, kinderarbeid, mensenrechten en arbeidsomstandigheden. Wanneer een leverancier niet voldoet aan onze strenge voorwaarden, ondernemen we direct actie.



Bijenkasten

Als onderdeel van de Believe-strategieën draagt Worldpack, samen met Bunzl en haar zusterbedrijven, structureel bij aan een goed doel. Welke dit is, wisselt elke twee jaar. Sinds juni 2020 is dit het beheer van bijenkasten.

Het gaat de laatste jaren steeds slechter met de bijen in Nederland. Het zijn kleine beestjes, maar zij hebben een grote impact op de ecologische balans. Bestuiving door bijen is noodzakelijk voor meer dan 75% van de voedingsgewassen die er in Nederland geteeld worden. Verlies van hun leefomgeving met stuifmeel- en nectarbronnen bedreigt het ecosysteem van de bijen, en indirect dus ook van onze voedingsgewassen. Daarom heeft Bunzl besloten om, samen met haar dochtermaatschappijen, twee jaar lang de bijen te ondersteunen.

Via Bijzaak zijn er momenteel twaalf bijenkasten in beheer bij Bunzl en de werkmaatschappijen. Deze bijenkasten zouden op de daken komen te staan van de twaalf vestigingen van Bunzl en de werkmaatschappijen, maar dat bleek bij nader inzien toch geen goed idee.



Bijen hebben ongeveer een jaar nodig om te wennen aan een locatie. De bijen zouden dus pas net 'lekker op gang zijn' wanneer de tweejaarlijks wisselende ondersteuning alweer overgedragen wordt aan een ander doel. Daarnaast zouden de kosten voor beheer en onderhoud van de kasten onnodig oplopen wanneer de imkers bij alle twaalf vestigingen zouden moeten langskomen. Dit zou bovendien ecologisch inefficiënt zijn vanwege de gemoeide CO₂-uitstoot. Daarom zijn de bijenkasten op hun eigen plek blijven staan en zijn ze niet op het dak van de vestigingen geplaatst.

Donaties en schenkingen

Vanwege de COVID-19-maatregelen in 2020 was het helaas niet mogelijk om sponsoracties te organiseren. Worldpack heeft veel sportieve werknemers en zodra het weer mogelijk is, zullen er zeker sponsoracties met sport georganiseerd worden voor het goede

doel. Wel heeft Worldpack in 2020 samen met Bunzl en de andere zusterbedrijven financiële bijdragen gedaan aan Het Vergeten Kind, het Nationaal Ouderenfonds, de Voedselbanken Nederland en het Rode Kruis.





Sustainable Development Goals

De Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties, ondertekend door alle 193 lidstaten, zijn 17 mondiale ecologische, sociale en economische doelstellingen welke in 2030 behaald moeten zijn. Deze doelstellingen zijn onderverdeeld in 169 subdoelstellingen en meerdere indicatoren. De SDG's zijn ontwikkeld door het bedrijfsleven, overheidsinstanties, maatschappelijke organisaties, academici en burgers. Op deze manier zijn de SDG's praktisch toepasbaar gemaakt en blijven ze niet hangen in beleidstaal.

Het gebruik en de implementatie van de SDG's door het bedrijfsleven is in 2020 steeds meer toegenomen, vooral door het internationaal toenemend belang van verantwoorde bedrijfsvoering en ontwikkeling. Het refereren aan de SDG's biedt bedrijven houvast bij het formuleren van maatschappelijke doelstellingen: het is een universele taal om maatschappelijke bijdragen te communiceren. Worldpack heeft ervoor gekozen om per 2021 bewust bij te dragen aan onderstaande SDG's.



Omdat wij bij Worldpack zuinig zijn op ons team vinden wij het belangrijk dat we bijdragen aan **SDG 3 Goede gezondheid en welzijn**. Welke staat voor: Een gezonde toekomst voor iedereen. Vanuit onze Believe-pijler **BEHAPPY** en onze kernwaarde **Be better** zetten wij ons hiervoor in. Wij dragen dagelijks bij aan het geluk en de gezondheid van onze eigen mensen en de mensen om ons heen.

Zo zijn er in ons magazijn scherpe veiligheidsmaatregelen en -protocollen om fysiek letsel te voorkomen. Ons gehele kantoor en magazijn zijn uitgerust met beschermingsmaatregelen tegen de verspreiding van het COVID-19 virus en wij proberen de gezondheid van het personeel continu te bevorderen door trainingen en persoonlijke ondersteuning aan te bieden. Via de sociale audits die Bunzl uitvoert bij onze leveranciers, waarborgen wij ook de gezondheid en veiligheid van werknemers in andere landen.

Het welzijn van onze werknemers ondersteunen we door toegang te bieden tot de Bunzl Academy, waarmee zij zichzelf kunnen blijven ontwikkelen in vaardigheden, kennis en specialisatie. Periodiek houden wij een medewerkertevredenheidsonderzoek om te peilen hoe happy onze werknemers zijn.

Naast de gezondheid van onze werknemers zetten wij ons ook in voor de bescherming van hun persoonlijke gegevens. Wij leven de AVG-wet na, gebruiken de goed beveiligde systemen en servers van Bunzl en trainen onze werknemers op juist gebruik van werknemers- en bedrijfsgegevens.



Worldpack werkt samen met leveranciers en zakenpartners met respect, integriteit en verantwoordelijkheid. Dit valt onder de Believe-pijler **BEFAIR**. Hiermee dragen wij bij aan **SDG 8: Waardig werk en economische groei**. Wat staat voor: Het promoten van inclusieve en duurzame economische groei, werkgelegenheid en waardig werk voor iedereen.

Leveranciers van Worldpack gevestigd in landen met minder wettelijke bescherming voor arbeiders, worden door Bunzl tweemaal per jaar geaudit op arbeidsomstandigheden. Wanneer de arbeidsomstandigheden niet voldoen aan de minimale criteria zoals deze vastgesteld zijn door de International Labour Organization ('ILO'), beëindigen wij de samenwerking met deze leveranciers. Op deze manier dragen wij alleen economisch bij aan leveranciers met gezonde arbeidsomstandigheden. Leveranciers gevestigd in landen waar slechte arbeidsomstandigheden eerder een uitzondering dan een regel zijn, laten wij het Bunzl Gezondheids- en Veiligheidsbeleid ondertekenen.

Daarnaast werken wij op een integere en ethische manier samen met onze zakelijke partners. Daarbij staan eerlijkheid en transparantie voorop. Dit komt terug in onze kernwaarde **Take control**: wij nemen onze verantwoordelijkheid en doen er alles aan om samenwerking goed en eerlijk te laten verlopen.



Onder de Believe-pijler **BESUSTAINABLE** zet Worldpack zich in voor **SDG 12 Verantwoorde consumptie en productie**. Welke staat voor het verzekeren van duurzame consumptie- en productiepatronen. Bij de inkoop van producten kijken we nadrukkelijk naar de mate van duurzaamheid van dat product en of deze duurzaamheid gecertificeerd is. Ook bij de inkoop van producten voor onze klanten kijken wij naar de gewenste duurzaamheidskenmerken die bij de identiteit van de klant passen.

Naast het hebben van een duurzaam productassortiment ondersteunen wij onze klanten bij het vinden van een antwoord op de vraag hoe zij verantwoord om kunnen gaan met hun productverpakkingen en plasticverbruik. Wij kijken mee hoe verpakkingen door retailers efficiënter ingezet kunnen worden. We zoeken samen naar manieren om gebruik van milieubelastende materialen te elimineren en verminderen. We kijken mee of er alternatieve materialen beschikbaar zijn en hoe verpakkingen hergebruikt of gerecycled kunnen worden. Ook als een klant bredere duurzaamheidsvraagstukken heeft, vinden we samen de geschikte oplossing.

Wij doen dit vanuit onze kernwaarde **Be 1 step ahead**. Wij zijn alert op actuele ontwikkelingen op het vlak van duurzaamheid, zodat we duurzame alternatieven en oplossingen voor onze klanten kunnen bedenken die hun concurrentievoordeel vergroten.



Worldpack draagt bij aan **SDG 13 Klimaatactie** als onderdeel van haar Believe-pijlers **BEGREEN** en **BEDIFFERENT**. SDG 13 Klimaatactie staat voor: Neem dringend actie om klimaatverandering en haar impact te bestrijden. Mensen en bedrijven moeten zich bewust zijn van klimaatrisico's en zich inzetten om deze tegen te gaan.

Worldpack gaat vanuit de **BEGREEN**-pijler zorgvuldig om met energie en afval, door deze continu te monitoren en te reduceren. Er is voor Scope 1 (directe uitstoot) en Scope 2 (elektriciteit) de doelstelling om in 2030 nul CO₂ uit te stoten. Dit zullen wij doen door ons wagenpark te elektrificeren, energieopwekkende en energiebesparende maatregelen te nemen op ons nieuwe kantoor en magazijn, en door groene energie in te kopen.

De uitstoot in Scope 3 (overige uitstoot) wil Worldpack in 2030 met 50% gereduceerd hebben ten opzichte van 2019, ongeacht de groei van de bedrijfsactiviteiten. Omdat de uitstoot uit Scope 3 gaat over uitstoot van uitbestede diensten, scharen wij deze reductie onder de Believe-pijler **BEDIFFERENT**. Deze pijler staat voor samenwerking met zakelijke partners om toekomstige concepten te ontwikkelen en samen aan een duurzame toekomst te bouwen. Het streven naar continue verbetering door innovatief te zijn in samenwerkingen komt terug in onze kernwaarde **Be 1 step ahead**.

Bedrijfsethiek

Speak Up

Worldpack heeft een klokkenluidersregeling genaamd Speak Up. Wanneer een werknemer binnen Worldpack constateert dat zich een situatie voordoet die in strijd is met de wet of zeer onethisch is, kan deze werknemer hiermee naar de leidinggevende stappen om dit te melden. Dit is in de meeste gevallen niet anoniem en kan daarom een drempel zijn waardoor niet alle misstanden gemeld worden. Om deze drempel te verlagen, is Worldpack aangesloten bij een externe onafhankelijke organisatie waar misstanden anoniem gemeld kunnen worden. Vervolgens kunnen er de gepaste maatregel en genomen worden.

Corruptie

Het is Worldpack en haar personeel niet toegestaan om giften, gelden of diensten aan te nemen van personen of bedrijven die hiermee iemand kunnen aanzetten om iets te doen of een keuze te maken in hun belang. Alle ontvangen en verstrekte giften en geschenken worden geregistreerd in een giftenregister.

Om ervoor te zorgen dat beide bedrijfsethiekonderwerpen kenbaar gemaakt worden bij, en op de juiste manier geïnterpreteerd worden door nieuwe medewerkers, krijgen zij bij hun onboarding korte video's over deze onderwerpen te zien.

Activiteiten en dienstverlening

Dertig jaar geleden is het begonnen met draagtassen. Inmiddels voorziet Worldpack retailers van alle retailproducten en verpakkingen die zij maar kunnen wensen. Verzendzakken, verzendozen en kledinghoezen voor het verzenden van producten, bijvoorbeeld. Of retailbenodigdheden zoals etalageproducten, magazijnbenodigdheden, kantoorbenodigdheden, hangers, mannequins. Sinds de komst van COVID-19 zijn hier ook persoonlijke beschermingsmiddelen bijgekomen, zoals hygiënegel, dispensers, handschoenen, mondklappers en stickers.

Deze verpakkingen en retailbenodigdheden kunnen klanten bij ons bestellen in onze brandstore en kunnen wij merkloos of met het merk van onze klanten leveren.

In het afgelopen jaar is ook de dienstverlening van Worldpack stevig uitgebreid en ontwikkeld. Wij ondersteunen en ontzorgen onze klanten onder andere in hun voorraadbeheer, logistieke service, ontwerp van eigen verzendverpakkingen & retailbenodigdheden en bij assortimentmanagement.

Van onze klanten maakt 80% deel uit van de kleding-, schoenen- en sportbranche. De overige 20% maakt onderdeel uit van een divers aantal branches, zoals bijvoorbeeld de levensmiddelen-, cosmetica-, optiek-, consumentenelektronica-branchen. Wij streven ernaar om de diversiteit in retailbranches in onze klantenkring te blijven uitbreiden, de komende jaren.



Activiteiten en dienstverlening



Supply Chain

Import- en Exportlanden

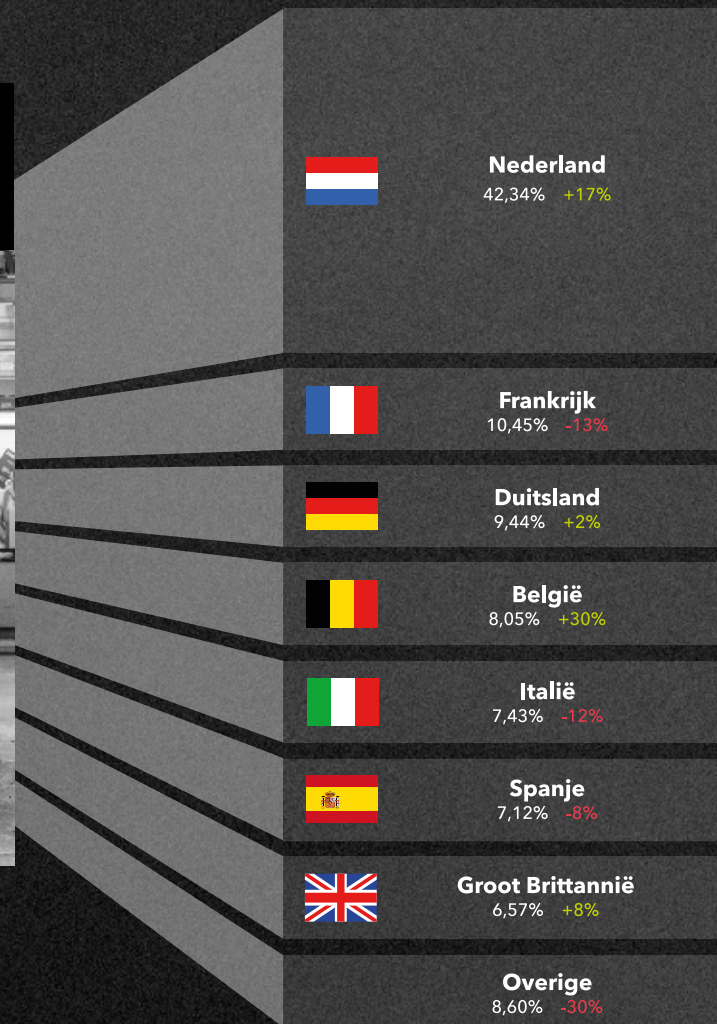
Importlanden

Aandeel van totale inkoopbesteding 2020
Procentuele verandering t.o.v. 2019



Exportlanden

Aandeel van totale opbrengsten 2020
Procentuele verandering t.o.v. 2019



Veranderingen in de supply chain

De inkoopbestedingen hebben in 2020 een significante verschuiving doorgemaakt van Azië naar Europa en het Verenigd Koninkrijk. Van de totale inkoopbestedingen zijn in 2020, ten opzichte van 2019, de inkoop met 19,7% en 12,8% gestegen in het Verenigd Koninkrijk en Europa. De inkoop in Azië en Noord-Amerika zijn respectievelijk met 30,4% en 1,77% afgenomen.

Deze significante verschuiving is vooral het gevolg van de impact van COVID-19. Door de opkomst van persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM) en de door onze klanten gewenste snelle beschikbaarheid, hebben wij deze producten grotendeels lokaal ingekocht. In 2020 bestond 15% van onze totale inkoopbesteding uit persoonlijke beschermingsmiddelen, tegenover 0,1% in 2019. Door de wereldwijde lockdowns is ook de vraag in e-commerce producten en overige ondersteunende retailproducten (zoals bijvoorbeeld kantoorbenodigdheden) fors gestegen. Deze worden ook grotendeels lokaal ingekocht.

De afname van de inkoopbestedingen in Azië komt doordat de algehele vraag naar verpakkingsproducten die wij uit Azië importeren door lockdowns en de daaraan gekoppelde winkelsluitingen zijn teruggevallen.



DE WERELD ROND WORLDPACK

COVID-19-crisis

De COVID-19-crisis heeft aangetoond dat een veerkrachtige en duurzame bedrijfsvoering en supply chain van groot belang zijn voor het voortbestaan van de organisatie. In Nederland moesten bedrijven begin 2020 abrupt hun kantoorlocaties sluiten en waren hun werknemers ineens aangewezen op volledige online communicatie. Hoewel een meerderheid in de zomer van 2020 naar hun kantoor mocht terugkeren, werd het thuiswerken vanaf oktober weer de norm. Verder kreeg Worldpack te maken met een hoger ziekteverzuim. Sommige medewerkers raakten besmet met COVID-19 of mochten niet naar het werk komen omdat ze verkoudheidsklachten hadden.

Eind 2020 zat Nederland nog volledig op slot. Voor 2021 wordt verwacht dat er, dankzij de introductie van een vaccinatiebeleid, rond de zomer van 2021 versoepelingen komen van de COVID-19 maatregelen die de economische groei en ontwikkeling hebben onderdrukt. Er is echter nog wel een risico op mutaties van het COVID-19-virus in de winter van 2021/2022 en de komende jaren.



Impact op de branche

Voor fysieke winkels was de lockdown van begin 2020, waarbij winkels met flinke voorzorgsmaatregelen open konden blijven, een klap. Het aantal consumenten in de winkelstraten nam af en er moest geïnvesteerd worden in COVID-19-voorzieningen. Worldpack was als in-store leverancier in staat om haar klanten te voorzien van de benodigde persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM). In 2020 bestonden de inkopen van Worldpack voor 15% uit PBM, tegen 0,1% in 2019. De volledige lockdown in oktober betekende een fysieke sluiting van winkels, waardoor consumenten gedwongen werden over te stappen op online aankopen. Het plotselinge verlies van het primaire winkelmodel van retailers bracht bijna alle winkeliers ertoe zich te concentreren op e-commerce, in-store-collection en click-and-collect-opties. Dit betekende dat veel retailers zich voor het eerst genoodzaakt zagen om te concurreren met gevestigde grote online retailers. Dat maakte het extra moeilijk. Uiteindelijk was de impact van COVID-19 op de retailmarkt zodanig dat de manier waarop we winkelen voor altijd veranderd is.

Impact op Worldpack

Worldpack zat middenin een dynamische handelsperiode toen de eerste lockdown het normale werk abrupt verstoortte. Het reizen van en naar onze klanten, leveranciers en andere persoonlijke zakelijke activiteiten werd vervangen door online communicatie, wat zeker voor Worldpack grote veranderingen betekende. Aan de andere kant resulteerde dit in een groot gemak en een efficiënte tijdsbesteding. Elementen van

deze nieuwe manier van werken zullen daarom zeker de norm blijven voor 2021.

Worldpack kreeg al vroeg te maken met de uitdagingen van de lockdown in Wuhan. Aziatische zendingen werden aanvankelijk vertraagd en moesten vervolgens volledig geannuleerd worden. Tegelijkertijd moest Worldpack zich concentreren op het inkopen van PBM en COVID-19-producten.

Toekomstige pandemieën

COVID-19 heeft ons ervan bewust gemaakt dat pandemieën een reëel risico vormen en ingrijpende gevolgen hebben. Niet alleen de gezondheidsrisico's voor de mens, maar de maatregelen van de overheid om pandemieën te beheersen, brengen ook de algemene psychische gezondheid van mens en economie in gevaar. De permanente vernietiging van leefgebieden van dieren, de onhygiënische handel in dierlijk voedsel, de groeiende wereldbevolking en toenemende globalisering creëren een toekomst met een verhoogd risico op pandemieën. Het belang van fundamentele pandemische veerkracht is toegenomen binnen de strategische planning van bedrijven. Dankzij het COVID-19-virus hebben we veel geleerd over hoe om te gaan met het virus en zijn we wat beter voorbereid op toekomstige pandemieën.



Klimaat

Klimaatakkoord van Parijs

In december 2015 spraken in Parijs bijna alle landen af dat de aarde niet meer dan 2 graden mag opwarmen en bij voorkeur maximaal 1,5. Een grotere temperatuurstijging zou catastrofaal zijn voor de mens. Om dit te voorkomen is wereldwijd afgesproken dat er binnen 15 jaar, dus nu binnen 10 jaar, een ingrijpende verandering moet plaatsvinden op het gebied van energievoorziening. Die moet 100% duurzaam zijn.

Omdat het welzijn van het personeel en alle andere stakeholders van Worldpack 1-op-1 gerelateerd is aan het welzijn van de planeet, is het ook de missie van Worldpack om bij te dragen aan een gezonde en stabiele toekomst.



Klimaatakkoord in Nederland

In 2019 presenteerde het kabinet de Klimaatakkoordplannen en is er direct gestart met de uitvoering ervan. In het klimaatakkoord staan 600 afspraken om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen. Voor Worldpack is mobiliteit een belangrijk hoofdstuk in dit klimaatakkoord. Hierin is onder meer afgesproken dat de omvang en het aantal emissievrije zones in Nederlandse steden zal toenemen. In deze zones krijgen lopen, fietsen en openbaar vervoer voorrang. Dit zal impact hebben op de logistieke sector.

Impact op het mkb

In directe zin zijn de klimaatrisico's op korte termijn nog beperkt in Nederland dankzij het milde zeeklimaat. Het kan voorkomen dat extreem weer materiële schade toebrengt aan bedrijfsmiddelen, maar de meeste infrastructuur en gebouwen van bedrijven in Nederland zijn redelijk weerbestendig. Bovendien zijn de meeste bedrijfsmiddelen verzekerd tegen stormschaade. In de supply chain loopt het mkb op de korte termijn wel grote klimaatrisico's. Veel buitenlandse toeleveranciers bevinden zich in landen waar weerextremen veel voorkomen. De grote gevolgen daarvan brengen de bedrijfscontinuïteit van de leveranciers en de gezondheid van hun werknemers in gevaar.

Naarmate de aarde verder opwarmt, zullen op de lange termijn klimaatrisico's in Nederland steeds grotere gevolgen hebben, zoals overstromingen, waterschaarste, hittegolven, orkanen en extreme regenval. Ook nieuwe klimaatgerelateerde wet- en regelgeving, bijvoorbeeld voor het terugdringen van bedrijfsuitstoot en plasticgebruik, kan potentieel extra

druk leggen op het mkb. Om verrassingen te voorkomen, is het voor een bedrijf dan ook belangrijk om pro-actief te focus- sen op CO₂- en plasticreductie.

Impact van het mkb

Waar het voorheen vooral de corporate bedrijven waren die werden gestimuleerd om klimaatrisico's te erkennen en aan te pakken, is dit de laatste jaren ook belangrijk geworden voor het mkb. Aangezien klimaatbedreigingen momenteel wereldwijd aanwezig zijn en steeds ernstiger worden, moeten bedrijven van elke omvang en sector klimaatrisico's erkennen en verminderen.

Doordat elk individueel mkb-bedrijf vele malen dynamischer is dan elk individueel groot bedrijf met publieke belangen, zijn zij in staat om de transitie naar een positieve ecologische klimaatimpact sneller te maken. Zowel de negatieve als de mogelijke positieve economische en ecologische impact van een mkb-bedrijf is wel kleiner dan die van grote bedrijven, maar als alle mkb-bedrijven samenwerken met hun dynamisch vermogen om het klimaatrisico te verminderen, kunnen zij toch een belangrijke bijdrage leveren aan de strijd tegen klimaatverandering.

Retailmarkt

Retailtrends

Zoals vermeld in de paragraaf over de impact van COVID-19 op de retailmarkt, heeft COVID-19 deze voor altijd veranderd. De verkoopkanalen zoals click-and-collect en in-store-collection, die voornamelijk in 2020 zijn geïntroduceerd, blijven zeker in 2021 bestaan. Bij deze verkoopkanalen wordt wel online betaald, maar worden de aankopen opgehaald in de fysieke winkel. Hierdoor verschuift de focus van transacties die plaatsvinden binnen een fysieke winkel naar een focus waarbij de locatie van de transacties er niet meer toe doet, zolang ze maar plaatsvinden. Of het nu online of offline is.

Deze flexibiliteit is ook van toepassing op de bredere aankoopervaring van de consument: het maakt niet langer veel verschil of ze in de winkel zijn en hun artikelen direct willen meenemen, later willen ophalen of thuis laten afleveren. Als een consument online bestelt, kunnen de opties variëren van normaal thuisbezorgen of ophalen in de winkel, tot bezorging op een vast tijdstip op elke locatie, zoals de plaatselijke sportschool. Op deze manier zijn tijd en locatie niet langer een drempel voor een aankoop en is gemak de motor van de verkoop. Dit vergroot en versterkt de winkelervaring die de consument met het merk heeft.

Voor fysieke retailers wordt de klantbelevingsstrategie steeds belangrijker als onderscheidend kenmerk ten opzichte van online retailers die de afgelopen decennia al een sterke positie hadden verworven in de retail sector en deze voorsprong verder versterkt zagen door de pandemie. De fysieke ervaring van een winkel is iets wat alleen online retailers nog niet volledig kunnen repliceren. De retailers die de scheidslijn tussen hun fysieke winkelruimte en hun online aanwezigheid kunnen vervagen, zullen de klantervaring echter volledig optimalise-

ren. Door dit te doen, worden ze beloond met een sterkere merkloyaliteit.

Met de groei van sociale media, consumentenvergelijkingssites en toegang tot een breed scala aan nieuwsfeeds, groeien consumenten in hun merkkennis en proberen ze te kopen bij retailers die hun waarden delen. De prijzen zijn steeds minder vaak de belangrijkste drijfveer voor aankoopbeslissingen bij consumenten. Retailers zullen zich dus moeten concentreren op hun digitale en fysieke marketingboodschap, een sterke merkwaardepropositie moeten bieden, merkloyaliteit creëren en ook de zogenaamde merkstem hebben.



Digitalisering en data

Digitalisering en data blijven groeien als een ongekend fundamenteel belang voor elk bedrijf. Niet alleen het toepassen van systemen en software, maar ook het continu doorontwikkelen ervan. Vooral de wens om de bedrijfsefficiëntie te verhogen, te blijven voldoen aan de behoeften van klanten en de concurrentie voor te blijven, blijft het komende decennium een belangrijke motivatie voor verdere digitalisering. Hierin heeft COVID-19 uiteraard ook een stimulerende rol gespeeld.

In de digitale wereld van vandaag lijkt datagedreven besluitvorming steeds belangrijker te worden. Beslissingen over doelstellingen worden genomen op basis van feiten, statistieken en data. De toepassing hiervan vergt een behoorlijke investering. In eerste instantie in de vorm van geld ter ontwikkeling, implementatie en beveiliging van systemen, maar ook in tijd, zoals digitale trainingen voor gebruikers.

Concurrentie en nieuwkomers in-store leveranciers en diensten

Steeds meer retail-leveranciers uit de sectoren kantoorartikelen, logistiek en inkoop betreden de markt voor retailbehoeften en retailverpakkingen. Het is vooral interessant om te zien welke benaderingen en waardeproposities deze andere spelers hebben. De meeste zijn sterk in slechts een deel van het bredere aanbod van Worldpack, maar ze zullen niet achterover leunen en kunnen een reëel risico vormen als we ons niet stevig blijven ontwikkelen met onze eigen waardepropositie.

WORLDPACKS IMPACT

De belangen van stakeholders

Stakeholderonderzoek

Beoordelen van belangrijkste onderwerpen

Over 2020 hebben wij ons eerste twejaarlijkse stakeholderonderzoek uitgevoerd bij onze aandeelhouders, het management, werknemers en een selectie van onze leveranciers en klanten. De respondenten hebben de 21 potentieel belangrijke ecologische, sociale, economische en sociale onderwerpen op een schaal van 1 (gemiddeld belangrijk) tot 5 (zeer belangrijk) beoordeeld. De resultaten hiervan zijn gevisualiseerd in de materialiteitsmatrix op de volgende pagina. Voor de materialiteitsmatrix is de schaal weergegeven vanaf score 3 (belangrijk) tot 5 (zeer belangrijk) omdat alle onderwerpen, op lokaal inkopen na, tussen belangrijk en zeer belangrijk beoordeeld zijn.

Het stakeholderonderzoek is gehouden om strategisch inzicht te krijgen in de thema's waarvan de mensen en bedrijven om ons heen verwachten dat wij daar de komende jaren aandacht aan geven. Een dergelijk tweerichtingsverkeer over wat stakeholders belangrijk vinden bij Worldpack, is bevorderlijk voor de onderlinge betrekkingen. Stakeholders krijgen op deze manier een stem in Worldpacks strategische en tactische besluiten.

De resultaten van het stakeholderonderzoek helpen ons te bepalen over welke onderwerpen er nadrukkelijk gerapporteerd moet worden in dit duurzaamheidsverslag en helpen ons bij het maken van de keuze voor welke SDG's Worldpack zich extra zal inzetten.

Hoe de belangrijkste onderwerpen uit het stakeholderonderzoek aansluiten op de SDG's kun je vinden op pagina 12.

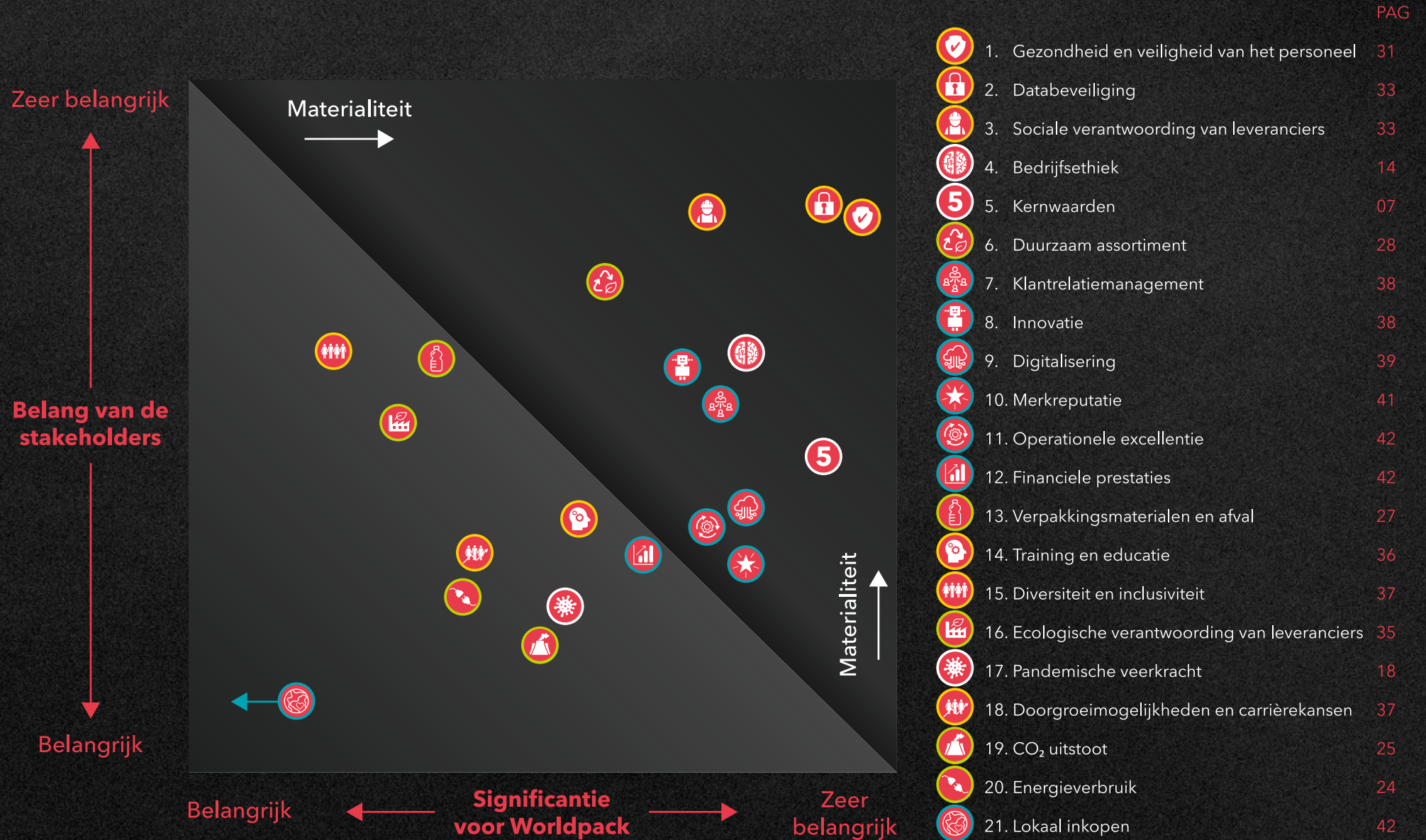
21 onderwerpen uit vier bedrijfsaspecten

Vanuit de vier bedrijfsaspecten ecologie, sociologie, economie en bestuur zijn 21 onderwerpen uitgekozen voor het stakeholderonderzoek. Deze onderwerpen zijn zorgvuldig gekozen op basis van relevantie, actualiteit en volledige dekking van de bedrijfsvoering. Hiervoor is er gebruik gemaakt van de 'Materiality Map' van de Sustainability Accounting Standards Board (SASB) en de Disclosures van het Global Reporting Initiative (GRI). Worldpack is een handelsmaatschappij en geen productiebedrijf, transportbedrijf of uitzendbureau, waardoor veel branchespecifieke sociale en ecologische onderwerpen niet van toepassing zijn en de meeste onderwerpen redelijk algemeen zijn. Branchespecifieke onderwerpen die wel opgenomen zijn als potentieel belangrijke onderwerpen zijn: de sociale & ecologische verantwoording van leveranciers, verpakkingsmaterialen & afval en de operationele excellentie.

Vijf stakeholdergroepen

Op de x-as van de materialiteitsmatrix zijn de belangen van Worldpack weergegeven en op de y-as die van de primaire stakeholders. Onder Worldpack verstaan we in dit figuur de aandeelhouders en het management, en onder stakeholders vallen de leveranciers, werknemers en klanten.

Het onderscheid zit bij de aandeelhouders en management zijn beslissingsbevoegd op strategisch niveau en de drie stakeholdergroepen vormen de core business van Worldpack. Vakbonden, lokale gemeenschappen, overheidsinstellingen en andere niet-genoemde stakeholders zijn niet meegenomen in het stakeholdersonderzoek over 2020. Worldpack is een mkb-bedrijf, waardoor alleen het belang en de belangstelling van de primaire stakeholders relevant genoeg zijn voor de strategische bedrijfsvoering.



Ecologische impact

Energieverbruik

Kantoor en magazijn

Energieverbruik	2019	2020	Δ
Elektriciteit	130.878 kWh	139.886 kWh	+7%
Gas	22.609 m ³	22.908 m ³	+1%

Bovenstaande afnamen van elektriciteit en gas hebben betrekking op Worldpacks vestiging op de Esp 125 in Eindhoven. Buiten haar eigen vestiging maakt zij beperkt gebruik van andere opslagruimten, voor bijvoorbeeld de brandbare chloorbevattende hygiëneproducten. Over 2020 is er 7% meer stroom gebruikt dan over 2019, doordat er een extra heftruck in gebruik is genomen in 2020.

COVID-19 heeft geen invloed gehad op het energieverbruik van het pand. Er zijn altijd wel werknemers werkzaam op locatie. Logistieke medewerkers kunnen hun magazijnwerkzaamheden bijvoorbeeld niet vanuit huis doen. Ook op kantoor is er tijdens de lockdowns alsnog een minimale bezetting geweest.

Dat wij over 2019 en 2020 niet energie aankochten uit volledig hernieuwbare bronnen brengt nog veel verduurzamingskansen met zich mee.

Gemiddeld verbruik per m²

Energieverbruik	Kantoor	Magazijn	Δ
Elektriciteit	43,80 kWh/m ²	35,18 kWh/m ²	-20%
Gas	8,40 m ³ /m ²	5,47 m ³ /m ²	-35%

Het kantoor van onze vestiging kreeg in 2007 energielabel A met minimale verbetermogelijkheden toegekend, en in 2017 opnieuw. In 2021 zullen wij een nieuwe locatie betrekken, die veel groter zal zijn dan onze huidige locatie. Aan het nieuwe pand stellen we een energielabel van minimaal A als vereiste voor het kantoorgedeelte. Daarnaast moeten het gemiddelde energieverbruik van het kantoor en magazijn gelijk of lager zijn dan die van het huidige pand. Verder zullen wij ook kijken naar de aanwezigheid van energieopwekkende activa zoals zonnepanelen en energiebesparende activa zoals zuinige verlichting en goede isolatie.

Pas wanneer wij ons nieuwe vestiging betrokken hebben, kunnen wij inzetten op continue energiereductie van dat pand aan de hand van cijfermatige doelstellingen.

Doelstellingen	Energieverbruik kantoor en magazijn
2021 BEGREEN	Het nieuwe kantoor heeft energielabel A of hoger.
2021 BEGREEN	Het stroom- en gasverbruik van het nieuwe kantoor en magazijn is gelijk of lager dan het huidige
2021 BEGREEN	Er zijn duurzame activa aanwezig in het nieuwe kantoor en magazijn zoals laadpalen, zonnepanelen, isolatie en slimme klimaatregeling.

Leasevloot

In 2019 en 2020 hadden wij negen auto's in onze leasevloot. Door de reis- en bezoeksrestricties van de overheid tegen de verspreiding van COVID-19 is de totaal ingekochte brandstof afgenomen met 23%.

Brandstof	2019	2020	Δ
Diesel	12.842 l	7.356 l	-43%
Benzine	7.030 l	7.890 l	+12%
Totaal	19.872 l	15.246 l	-23%

De verwachting is uiteraard dat dit brandstofverbruik in 2021 weer enigszins toeneemt ten opzichte van 2020, zeker wanneer het bezoeken van zakelijke relaties weer gebruikelijker wordt doordat de reis- en bezoeksrestricties opgeheven worden.

Om toch het energieverbruik en de CO₂-uitstoot van de leasevloot te beperken, is er de doelstelling gesteld om in 2025 alleen maar hybride en elektrische auto's onder contract te hebben en in 2030 alleen maar elektrische auto's. Daarnaast zal thuiswerken en communicatie op afstand zeker voor 2021 nog het uitgangspunt blijven.

Doelstellingen	Energieverbruik leasevloot
2025 BEGREEN	In 2025 zijn alle leaseauto's hybride of elektrisch.
2030 BEGREEN	In 2030 zijn alle leaseauto's elektrisch.

CO₂ uitstoot

Scope 1 (directe uitstoot)

Uitstoot Scope 1 (kg CO ₂)	2019	2020	Δ
Benzine	15.427	13.926	-10%
Diesel	32.498	18.580	-43%
Aardgas	42.595	43.159	+1%
Totaal	90.521	75.664	-16%

Bij de afname van de totale uitstoot van de leasevloot is opnieuw goed te zien welke impact de COVID-19-maatregelen op de mobiliteit en milieu hebben gehad. Er is in totaal 32% minder CO₂ uitgestoten. Het afstoten van één dieselauto en de aanschaf van één hybrideauto zal ook hebben bijgedragen aan de vermindering van de totale CO₂-uitstoot van het wagenpark.

Zoals bij het gasverbruik te zien was, is deze in 2020 met 1% en toegenomen ten opzichte van 2019. Dit is terug te zien in de toename van CO₂-uitstoot.

Onze doelstellingen voor CO₂-uitstoot door de leasevloot en gasverbruik hangen samen met onze doelstellingen voor energiebesparing. Meer hierover in het hoofdstuk Energieverbruik.

Doelstellingen	CO ₂ uitstoot Scope 1 (directe uitstoot)
2030 BEGREEN	In 2030 is de totale CO ₂ uitstoot van Scope 1 (directe uitstoot) 0.

Scope 2 (elektriciteit)

Uitstoot Scope 2 (kg CO ₂)	2019	2020	Δ
Elektriciteit	72.768	77.777	+7%

Zoals benoemd in het hoofdstuk Energieverbruik, is het energieverbruik van ons magazijn en kantoor toegenomen in 2020. Ons elektriciteitsverbruik is met 7% toegenomen ten opzichte van 2019. Hierdoor is onze uitstoot door ingekochte elektriciteit ook toegenomen met 7%, het gaat hierbij voornamelijk om niet-hernieuwbare of niet-groene energie.

In 2021 zullen wij een nieuw magazijn met kantoor betrekken. Het is niet mogelijk om nu voor 2021 een doelstelling te formuleren voor het reduceren van de CO₂-uitstoot van de ingekochte energie, omdat we daarvoor een nulmeting van het energieverbruik nodig hebben. In ieder geval hanteren we duurzaamheidscriteria bij de oriëntatie op de nieuwe vestiging. Deze staan bij de doelstellingen in het hoofdstuk Energieverbruik.

De doelstelling voor 2030 is dat Worldpack dan niet alleen CO₂-neutraal is in Scope 1, maar ook in Scope 2.

Doelstellingen	CO ₂ uitstoot Scope 2 (elektriciteit)
2030 BEGREEN	In 2030 is de totale CO ₂ uitstoot van Scope 2 (elektriciteit) 0.

Scope 3 (overige uitstoot)

Uitstoot Scope 3 (kg CO ₂)	2019	2020	Δ
Woon-werkverkeer	54.812	38.533	-30%
Vliegreizen	32.363	8.696	-73%
Logistieke activiteiten	563.018	545.662	-3%
Totaal	650.194	592.891	-9%

Woon-werkverkeer werknemers

De uitstootafname van het woon-werkverkeer van medewerkers is logisch verklaarbaar: vanaf maart 2020 is er als gevolg van COVID-19 veel thuisgewerkt. Omdat Worldpack in haar magazijn logistieke activiteiten ontplooit, werkte een deel van de werknemers echter wel heel 2020 op locatie.

In 2021 zullen wij verhuizen naar een nieuwe locatie, in verband met onze bedrijfsgroei. Deze locatie is nog niet bekend, maar het zal wel invloed hebben op de reisafstand van de werknemers en zo ook op de uitstoot die hiermee gemoeid is.

In 2030 moet de CO₂-uitstoot van het woon-werkverkeer door werknemers met 50% afgenomen zijn ten opzichte van 2020, ongeacht de groei van het aantal werknemers. Omdat er in 2020 veelvuldig thuisgewerkt is, en dit ook de norm zal blijven, is er gekozen om 2020 als basisjaar te nemen voor deze doelstelling. Wanneer wij gevestigd zijn op de nieuwe locatie en inzicht hebben in de nieuwe reisafstanden, zullen er kortetermijndoelstellingen opgesteld worden om de uitstoot van forenzende werknemers te reduceren.

De uitstoot van onze negen leaseauto's zijn niet in deze berekening meegenomen. Deze vallen onder de Scope 1 uitstoot.

Vlieguren

De 73% afname in de CO₂-uitstoot door vlieguren in 2020 is ook geheel toe te schrijven aan het COVID19-virus. Reizen werd per maart 2020 vrijwel geheel afgeraden als het niet noodzakelijk was. Worldpack bezoekt normaliter periodiek haar belangrijkste leveranciers. Niet alleen om de relaties te onderhouden, maar ook ter onofficiële controle van de productiekwaliteit en sociale omstandigheden bij de leverancier. Deze reizen hebben in 2020 niet plaatsgevonden. Er vonden in 2020 nog wel enkele reizen plaats naar het Bunzl plc hoofdkantoor in Londen.

Inkomende logistieke activiteiten

Logistiek inkomend (kg CO ₂)	2019	2020	Δ
Zeevracht inkomend	130.064	121.282	-7%
Landvracht inkomend	geen data	geen data	0%
Totaal	130.064	121.282	-7%

De afname van de CO₂-uitstoot van de inkomende zeevracht zijn vooral terug te voeren op de afname van inkopen in 2020. De meeste inkopen die wel gedaan zijn, hebben veelal in Europa en het Verenigd Koninkrijk plaatsgevonden. Dit was het gevolg van de toegenomen vraag naar persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM) en de afgenomen vraag naar ons reguliere assortiment, zoals verpakkingsproducten.

Wij zetten ons in om zo economisch en duurzaam mogelijk in te kopen. Dit wil zeggen dat wij, samen met Bunzl, de andere werkmaatschappijen en onze leveranciers, proberen zoveel mogelijk volle containers te laten verschepen. Door zendingen te combineren, voorkomen wij bijvoorbeeld dat er drie deels gevulde containers verscheept worden wanneer er met die inhoud ook één container verscheept kan worden. Die

aanpak resulteert in minder transportbewegingen en daarmee minder CO₂-uitstoot.

In uitzonderlijke gevallen maken wij voor inkomend transport gebruik van luchtvracht. Omdat dit economisch minder interessant en bovendien niet duurzaam is, gebeurt dit zo weinig mogelijk. In 2020 is 6% van de inkomende zendingen per vliegtuig vervoerd tegenover 94% per schip. Hier moet het aandeel van inkomende landvracht nog bijkomen.

De afname van de CO₂-uitstoot van de inkomende zeevracht werd deels teniet gedaan door de toename van CO₂-uitstoot door inkomende landvracht. Zeker doordat er in 2020 meer inkopen in Europa hebben plaatsgevonden. Omdat al onze leveranciers zelf hun goederen aan ons leveren, hebben wij over 2020 geen gegevens beschikbaar over de CO₂-uitstoot die hieruit voortvloeit. Voor 2021 is het de doelstelling dat wij deze gegevens gaan verzamelen bij onze leveranciers.

Hoewel wij hierover nog geen gegevens hebben, zijn we voor de inkomende landvracht wel bezig met het reduceren van transportbewegingen, door vrachten te combineren met die van Bunzl en de andere werkmaatschappijen. Zo kunnen we pallets zo vol mogelijk laten binnenkomen en voorkomen we dat vrachtwagens halve ladingen vervoeren, waardoor zij vaker moeten rijden.

Uitgaande logistieke activiteiten

Het transport naar onze klanten besteden wij uit aan internationale pakketdiensten. 97,79% van onze export in 2020 heeft binnen continentaal Europa plaatsgevonden. De geringe afname van 2% in de CO₂-uitstoot komt doordat het absolute aantal zendingen in 2020 bijna gelijk was met 2019. In 2020 bestonden deze zendingen vooral uit COVID19-gerelateerde producten, die vaker in meerdere, kleinere zendingen werden getransporteerd.

Logistiek uitgaand (kg CO ₂)	2019	2020	Δ
Landvracht uitgaand	180.752	176.388	-2%
Luchtvracht uitgaand	252.202	247.992	-2%
Totaal	432.954	424.380	-2%

Omdat wij de voorraden aanhouden van onze klanten, is het voor hen belangrijk dat zij hun bestellingen tijdig ontvangen. Hierdoor wordt, in tegenstelling tot het inkomende transport, veel gebruik gemaakt van luchttransport voor de zendingen naar onze klanten. Van het uitgaande transport in 2020 is de luchtvracht verantwoordelijk voor 58% van de totale CO₂-uitstoot. Ondanks het feit dat deze uitstoot per zending hoger is dan bij landvracht, vinden wij een snelle levering van onze producten belangrijk als onderdeel van onze service.

Omdat het uitgaande transport naar onze klanten een significante hoeveelheid CO₂-uitstoot met zich meebrengt, willen wij deze CO₂-uitstoot in 2030 met 50% gereduceerd hebben ten opzichte van 2020, ongeacht de groei van het aantal zendingen in deze periode.

Doelstellingen	CO ₂ uitstoot Scope 3 (overige emissies)
2021 BEGREEN BEDIFFERENT	In 2021 zal er in samenwerking met onze leveranciers de CO ₂ uitstoot van onze inkomende logistiek berekend worden.
2030 BEGREEN BEDIFFERENT	In 2030 is de CO ₂ uitstoot van het woon-werkverkeer en de vlieguren van de werknemers met 50% afgenomen t.o.v. 2020.
2030 BEGREEN BEDIFFERENT	In 2030 is de CO ₂ uitstoot van de uitgaande logistiek met 50% afgenomen t.o.v. 2020.

Verpakkingsmaterialen en afval

Afval- en materiaalstromen

Worldpack is een handelsbedrijf met distributie- en verpakingsactiviteiten. De afvalketen van Worldpack ziet er als volgt uit:

1. Upstream, afval gegenereerd bij de productie van de door Worldpack bestelde producten.
2. Midstream, binnenkomende verpakkingen en vullingen die Worldpack weggooit bij het ontvangen van de producten.
3. Downstream transporteur, verpakkingen die Worldpack toepast bij bulkverzendingen welke de transporteur weggooit.
4. Downstream retailer, de door Worldpack toegepaste verzendverpakkingen, -vullingen en producten die de klanten weggooien.

Er is gekozen om over 2020 geen onderzoek te doen naar het (1.) Upstream afval, het afval dat gegenereerd wordt bij de productie van de bestelde producten. Worldpack kan op de korte termijn zonder een intensieve samenwerking met deze fabrikanten en leveranciers geen significant verschil maken voor deze afvalstromen. Worldpack kan wel een verschil maken in de midstream en downstream afvalstromen omdat deze dichter bij Worldpacks eigen bedrijfsactiviteiten liggen.

Midstream afval

Magazijnafval	2019	2020	Δ
Papier- & kartonafval	17.440 kg	16.480 kg	-6%
Plasticafval	6.050 kg	4.820 kg	-20%
Totaal	23.490 kg	21.300 kg	-10%

Papier-, karton- en plasticafval

Het plasticafval en papier- & kartonafval zijn in mindere mate afgenomen, omdat het hierbij vooral gaat om de sealfolie en kartonnen scheidingswanden die verpakt zitten bij de binnenkomende pallets. De bestaande daling in 2020 ten opzichte van 2019 komt vooral doordat veel verpakte pallets in 2020 bij leveranciers opgeslagen zijn. Wij hebben hiervoor gekozen, omdat de vraag naar bepaalde producten door COVID-19 snel afnam. Het aantal leveringen van leveranciers daalde hierdoor en op deze manier konden we voorkomen dat we, vanwege een al overvol magazijn, moesten uitwijken naar een extern magazijn.

Ander plasticafval dat gegenereerd wordt in de midstream is de sealfolie waarin wij pallets verpakken voor de opslag in ons eigen magazijn. Deze folie wordt er voor verzending ook weer af gehaald en dit leidt tot afval. Het belang van het sealen van pallets voor eigen opslag is om te voorkomen dat de dozen op de pallets gaan schuiven en van de hoge stellingen in het magazijn vallen. Het opslaan van zendingen op pallets met sealfolie komt veel voor wanneer er complete containers met losse dozen bij ons gelost worden. Om overmatige toepassingen van sealfolie voor eigen opslag en verzendingen te verminderen, is er in 2020 een defecte palletwikkelaar vervangen door een palletwikkelaar die op een slimme milieubewuste manier pallets sealt.

Recycling

Het opgehaalde plastic, papier & karton wordt respectievelijk naar een papierfabriek en kunststoffabriek gebracht, zodat dit afval tot grondstoffen verwerkt kan worden en vervolgens tot nieuwe producten. Ondanks het feit dat deze twee afvalstromen een milieuvriendelijke bestemming hebben, valt er nog altijd milieuwinst te behalen op het recyclingproces zelf. Deze gaat namelijk gepaard met veel logistiek en met tussenkomst van industriële sorteer- en verwerkingsmachines. Daarnaast moeten de materialen uiteindelijk alsnog verwerkt worden tot bruikbare producten. De meest effectieve manier om onze

milieu-impact op dit vlak te verminderen, is het volledig elimineren van plastic en papier- & kartonafval. Hierom heeft Worldpack voor 2021 de doelstelling om (in eerste instantie) met enkele leveranciers een partnerschap te ontwikkelen, waarin we samen onderzoeken hoe zij de toepassing van plastic en karton bij hun zendingen kunnen reduceren.

Restafval

De impact van COVID-19 is duidelijk terug te zien in de afname van de afvalstromen. Het restafval is voornamelijk het afval dat gegenereerd wordt op het kantoor. Door de afgenomen kantoorbezetting in 2020 is het restafval met 27% afgenomen.

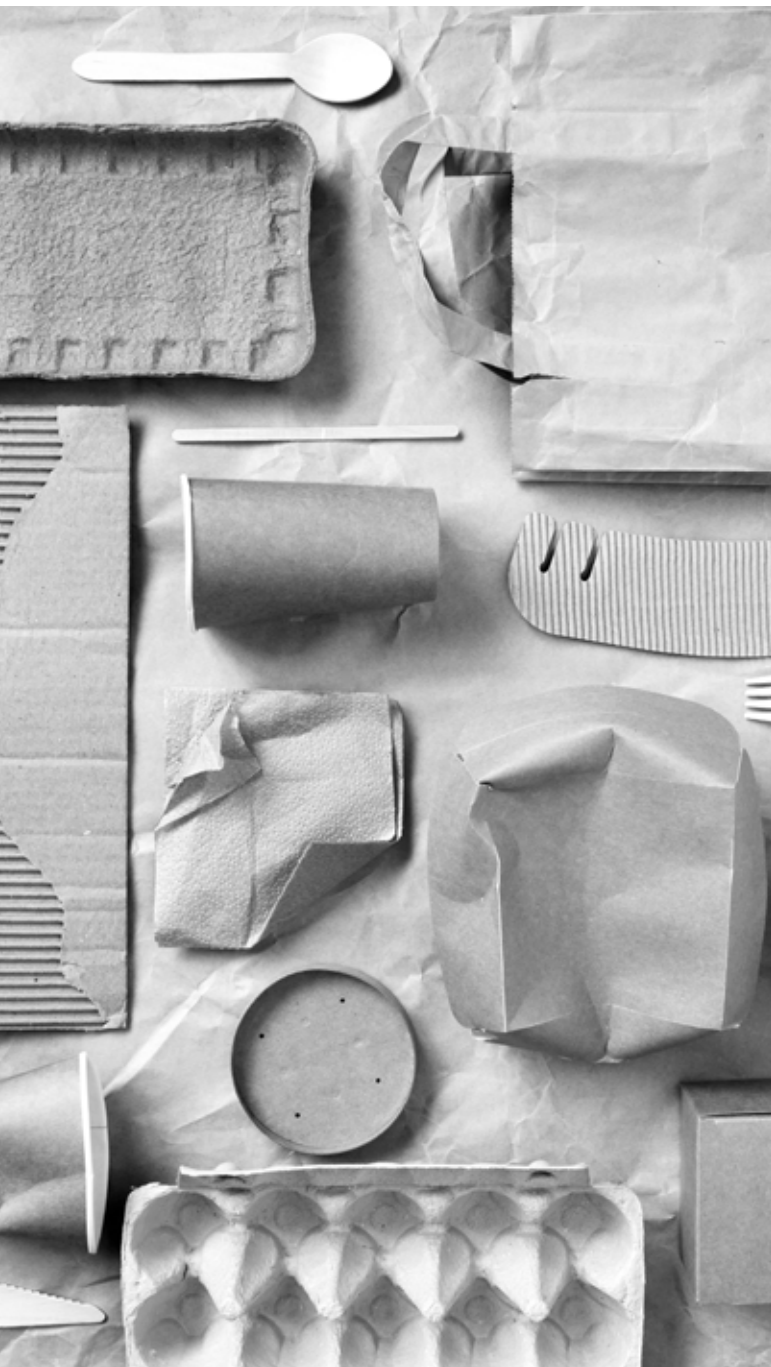
Restafval

Kantoorafval	2019	2020	Δ
Restafval	14.770 kg	10.800 kg	-27%

Restafval heeft, in tegenstelling tot de hierboven beschreven afvalstromen, bijna altijd een sterk milieubelastende bestemming. De mogelijkheden tot recycling zijn beperkt en de verwerkingsprocessen op zichzelf zijn eveneens milieubelastend, restafval wordt in de meeste gevallen gestort of verbrand. De meest effectieve methode is het reduceren van de restafvalstromen tot nagenoeg nul, waarmee gestreefd wordt naar een circulaire economie.

Pallets

De processen van hergebruik en recycling van pallet zijn inmiddels volwassen en normatief. De pallets die bij ons binnenkomen, gebruiken wij voor eigen opslag, of hergebruiken wij voor eigen zendingen. Pallets die versleten of kapot zijn, verkopen wij aan een palletcentrale. In 2019 hebben wij pallets geschonken aan een kinderspeeltuin. Hiermee zijn speeltoestellen gemaakt.



CupR

Ons personeel scheidt de koffiebekers die zij gebruiken op kantoor of in het magazijn in speciale afvalbakken waarin de bekers automatisch gestapeld worden. Zo worden de afvalzakken efficiënt gevuld. Deze afvalzakken met koffiebekers worden opgehaald door een verwerker die er toiletpapier van maakt. In 2019 is er vanuit Worldpack 1000 liter aan koffiebekers verwerkt. In 2020 was dit 750 liter. Behalve dat de recyclingwinst op toiletpapier voordelig is, verminderen we hierdoor ook het restafval, dat een minder milieuvriendelijke levenscyclus heeft.

Downstream afval

Zendingen die het magazijn van Worldpack verlaten genereren op twee plekken afval. De eerste is bij de transporteurs. Wij verzenden gesealde pallets naar onze transporteurs die in hun distributiecentrum deze pallets uitpakken en opnieuw verdelen voor hun eindbestemming. De tweede downstream plek waar afval gegenereerd wordt door onze zendingen is bij onze klanten zelf. Het gaat dan om de kartonnen verpakkingen en plastic vullingen.

Voor deze afvalstromen zijn er over 2019 en 2020 geen data beschikbaar, doordat sealfolie, kartonnenverpakkingen en plastic opvulmateriaal sporadisch in bulk worden ingekocht. Hierdoor kunnen we de toepassing van materialen niet herleiden tot kalenderjaren en dus ook niet tot verzonden product of pallet. In 2021 worden er systemen geïmplementeerd die de toepassing van materialen meetbaar gaan maken.

Wel zijn er al enkele toepassingen van materiaalreductie in de praktijk. Zo maken we gebruik van sealmachines met ecologische en slimme technieken welke het toegepaste folie verminderen en wij gebruiken plastic arm opvulmateriaal dat grotendeels gevuld is met lucht. Om de toepassing van materialen nog verder te reduceren, zal er in 2021 een concept met enkele klanten ontwikkeld worden om de toepassing van

kartonnen dozen en plastic opvulmateriaal te reduceren of zelfs volledig te elimineren.

Doelstellingen	Verpakkingsmaterialen en afval
2021 BEDIFFERENT	Het ontwikkelen en opzetten van een samenwerking met leveranciers voor het reduceren van folie en kartonafval bij binnenkomende pallets.
2021 BEDIFFERENT	Het ontwikkelen en opzetten van een samenwerking met enkele klanten voor het reduceren van plastic en papierafval & kartonafval bij het omverpakken en verzenden.
2021 BESUSTAINABLE	De toepassing van papier en karton bij het omverpakken en vullen van verzendingen in kaart brengen.

Duurzaam assortiment

Duurzame producten en retail

Uit het stakeholdersonderzoek van Worldpack kwam naar voren dat aanbod én uitbreiding van een duurzaam assortiment als meest belangrijke onderwerp wordt gezien wanneer het gaat over duurzaamheid. Dat is niet geheel verrassend: de verwachtingen van consumenten, bedrijven en de overheid worden steeds groter als het gaat om de circulaire levenscyclus van producten. Een duurzaam assortiment is dan ook onderdeel van onze Believe-pijler **BESUSTAINABLE**. Vanaf 3 juli 2021 wordt de SUP-wetgeving van kracht, waarmee een verbod komt op de verkoop van wegwerpplastic. Wij kijken bij het inkopen van producten naar de herkomst van materialen waarvan het gemaakt is. Behalve het aanbieden van duurzame producten denken wij ook met onze klanten mee hoe zij hun verpakkingstoepassingen en plasticverbruik kunnen verduurzamen.

Duurzaam productassortiment

Overzicht duurzame producten

Wij hebben in ons productoverzicht momenteel nog niet geregistreerd in welke mate onze producten duurzaam zijn. We kopen al wel op grote schaal duurzaam in, waarbij wij veelvuldig kijken naar duurzaamheidskenmerken. Bij elke productinnovatie of de introductie van een nieuw materiaal letten wij er tevens op dat het gecertificeerd is of gecertificeerd kan worden. Omdat wij dit niet geregistreerd hebben in ons productoverzicht, kunnen wij over 2020 deze gegevens niet kwantificeren. In 2021 zal Worldpack onderzoeken hoe de duurzaamheidskenmerken en -eigenschappen van onze producten inzichtelijk gemaakt kunnen worden, ook voor onze klanten.

Doelstellingen	Duurzaam assortiment
2021 BESUSTAINABLE	Onderzoeken hoe de duurzaamheidskenmerken en -eigenschappen van onze producten inzichtelijk gemaakt kunnen worden



Duurzaam inkopen

Behalve het verduurzamen van de producten die wij inkopen, zijn wij ook actief bezig met het verduurzamen van de logistieke activiteiten die komen kijken bij het doen van deze inkopen.

Lees meer over Worldpack haar Scope 3 uitstoot (uitstoot van logistieke activiteiten) op pagina 25.

Duurzame retail

Inspiratie

Via onze website en LinkedIn houden wij onder andere onze klanten continu op de hoogte van de laatste trends en ontwikkelingen op de retailmarkt. Duurzaamheid is zeker een van de steeds terugkerende onderwerpen. In 2020 hebben wij retailers geïnformeerd en geïnspireerd op het vlak van hun hergebruik- & recyclingmogelijkheden, de verduurzaming van hun supply chain & logistieke activiteiten, het gebruik van verpakkingen en hoe zij duurzame strategieën kunnen ontwikkelen.

Ondersteuning bij verduurzaming retailers

Duurzame verpakkingen en plasticverbruik krijgen een hogere prioriteit voor zowel retailers als consumenten. De term 'milieuvriendelijke verpakking' is duidelijk meer dan een trend. In feite is het implementeren van verpakkingen met minimale milieu-impact in de activiteiten van de retailers niet langer een optie maar een noodzaak.

Wij ondersteunen onze klanten bij het gehoor geven aan deze noodzaak door hen te adviseren over het implementeren van duurzame veranderingen in hun verpakkingen en plasticverbruik. Onze salesmanagement- en inkoopafdeling worden hier periodiek op getraind. Dit adviseren doen wij onder andere aan de hand van de Believe Roadmap. Dit raamwerk dient als leidraad voor het verminderen van plasticverbruik en betere recycling.

De Believe Roadmap begint bij het formuleren van een duurzaamheidsdoelstelling, waarmee het bedrijf de milieu-impact wil verminderen. Deze kan bijvoorbeeld gaan over de CO₂-uitstoot van verpakkingen en gebruikt plastic, het elimineren van plasticverbruik, het genereren van minder afval of circulair ondernemen.

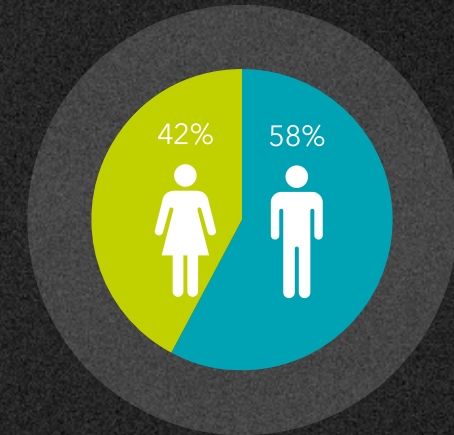
Bij de tweede stap worden de productgroepen onder de loep genomen en wordt er per productgroep een doelstelling geformuleerd aan de hand van het 5 R-en model, waarbij de 5 R-en staan voor:

- Refuse: zijn bepaalde verpakkingen van milieubelastend materiaal echt nodig?
- Reduce: kan de hoeveelheid gebruikt materiaal voor verpakkingen verminderd worden?
- Re-use: kunnen bepaalde verpakkingen vaker gebruikt worden dan nu gebeurt?
- Resources: kunnen verpakkingen van gerecycled of hernieuwbaar materiaal gemaakt worden?
- Review: worden de verpakkingen op de juiste manier bij de juiste doelgroep ingezet en gebruikt?

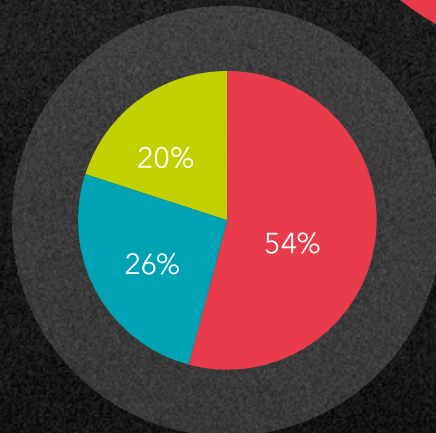
Bij de derde stap wordt er gekeken naar het recyclen van het afval dat er vervolgens nog wel geproduceerd wordt. Daarbij kan het zowel gaan om mechanische recycling, waarbij het productmateriaal hetzelfde blijft, en chemische recycling, waarbij kunststofafvalstromen worden afgebroken tot oorspronkelijke bouwstenen. Hiermee kunnen dan weer nieuwe andere kunststoffen worden geproduceerd.



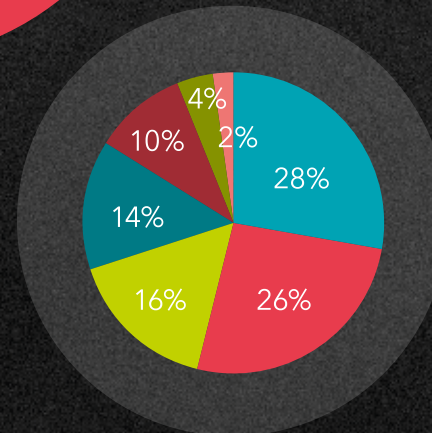
Het team van Worldpack



Aantal mannen 58%
Aantal vrouwen 42%



Gemiddelde leeftijd 38
Leeftijdsgroep <30 26%
Leeftijdsgroep 30-50 51%
Leeftijdsgroep >50 20%



Logistiek 28%
Accountmanagement 26%
Ondersteunende afdelingen 16%
Inkoop 14%
Invalkracht 10%
Creatie Design Studio 4%
Stagiair 2%

Sociale impact

Gezondheid en veiligheid van het personeel

Gezondheid en veiligheid als kernwaarde

Voor Worldpack is de gezondheid en veiligheid van werknemers een van haar vijf kernwaarden en een van haar Believe pijlers, namelijk **TAKE CONTROL** en **BEHAPPY**. Wij hebben een morele verplichting om, met alle mogelijkheden die wij hebben, ervoor te zorgen dat ons hele team, en de mensen om onze organisatie heen, in een gezonde en veilige omgeving werken en leven. Dit betekent dat wij ervoor zorgdragen dat al onze werklocaties veel veiligheidsprotocollen hebben en wij veel aandacht schenken aan de algemene gezondheid van ons personeel.

Worldpack voldoet in de basis aan de in Nederland geldende Arboret en hanteert het Gezondheids- en Veiligheidsbeleid van Bunzl. Hiermee zorgen wij ervoor dat er managementsystemen aanwezig zijn die continu risico's in kaart brengen, verbeteringen voorstellen en het gevoerde beleid evalueren. Voor de werknemers geldt dat zij voldoende instructies en voorlichtingen krijgen over hoe zij bepaalde werkzaamheden veilig uitvoeren en veilig met machines en apparatuur om moeten gaan. Deze veiligheidsprotocollen, en de uitvoering daarvan, worden periodiek gecontroleerd door het Corporate Responsibility Committee van Bunzl en beoordeeld door de raad van bestuur van Bunzl.

Het volledige Bunzl Gezondheids- en Veiligheidsbeleid is in het Engels te vinden op de website van Bunzl.

Worldpack kende in 2019 nul ongevallen met verzuim tot gevolg. In 2020 deed zich één ongeval met verzuim tot gevolg voor. Het slachtoffer heeft door het ongeval negen dagen niet kunnen werken.

Worldpack streeft er uiteraard naar dat er geen ongelukken met verzuim tot gevolg meer zullen plaatsvinden. Ook wanneer wij in 2021 verhuisd zijn naar een magazijn met meer vierkante meters, meer laad- en losdocks en nog meer distribatieve activiteiten, blijft nul ongevallen met verzuim de norm.

Ons veiligheidsbeleid is OHSAS 18001 ISO 45001 gecertificeerd.

Doelstellingen	Gezondheid en veiligheid van het personeel
2021 BEHAPPY	Er vinden bij Worldpack geen ongevallen met verzuim tot gevolg plaats

Behalve dat Worldpack zich inzet voor de gezondheid en veiligheid van haar eigen werknemers, zet Worldpack zich samen met Bunzl ook in voor de gezondheid en veiligheid in de keten, als onderdeel van de Believe-strategie **BEFAIR**. Dit doen we door leveranciers akkoord te laten gaan met de Bunzl leverancierscode en door het uitvoeren van sociale audits op locatie bij leveranciers.

De volledige Bunzl Gedragscode voor Leveranciers is in het Engels te vinden op de website van Bunzl.

COVID-19 gezondheidsrisico's

Om in de huidige pandemie de verspreiding van het coronavirus zo veel mogelijk af te remmen, zijn er op wereldwijde schaal lockdowns en maatregelen afgekondigd. Omdat Worldpack het belang van gezonde werknemers hoog in het vaandel heeft staan, zijn er strenge maatregelen op kantoor en in het magazijn doorgevoerd. In principe is thuiswerken de norm. Maar niet alle activiteiten kunnen thuis uitgevoerd worden, zoals bijvoorbeeld de verpakkingsactiviteiten in het magazijn. Hierom zijn er in het kantoor en magazijn alsnog veiligheidsmaatregelen getroffen.

Omdat wij in 2020 COVID-19-beschermingsmiddelen inkochten voor onze klanten, hadden wij de mogelijkheid bij dezelfde leveranciers ook beschermingsmiddelen aan te schaffen voor ons eigen kantoor en magazijn, zoals plexiglazen schermen, mondkapjes, desinfectiegel en bewustwordingsposters.

In juni 2020 hebben wij een survey gehouden onder onze medewerkers, waaruit bleek dat 85% van hen zich dankzij deze maatregelen ook echt veilig voelde bij Worldpack. De overige 15% gaf aan dat de COVID-19 maatregelen nog scherper nageleefd konden worden. In reactie op deze onderzoeksresultaten hebben we de maatregelen ook daadwerkelijk aangescherpt. Wat betreft het thuiswerken gaf 54% van de respondenten aan thuis productiever te kunnen werken. 34% gaf aan op kantoor productiever te kunnen werken, door de daar aanwezige communicatie- en kantoorfaciliteiten.

Veiligheid in het magazijn

Als onderdeel van het Gezondheids- en Veiligheidsbeleid van Bunzl zorgt Worldpack er ook voor dat de werknemers zijn opgeleid om risico's van handmatige activiteiten tot een minimum te beperken. Dit gebeurt onder andere door een intensieve onboardingsprocedure, waarin nieuwe medewerkers uitgebreid kennismaken met de veiligheidsprotocollen en werkinstructies voor veilig werken in het magazijn. Hieronder vallen ook instructies voor het schoonhouden van het magazijn, om de risico's van struikelen, uitglijden en letsel door vallende voorwerpen te verminderen.

Door COVID-19 ontstond er bij onze klanten een toenemende vraag naar chemische hygiënemiddelen met een hoog gehalte aan brandbare chloorstoffen. Eerst hebben wij deze nog opgeslagen in ons eigen magazijn. Uiteindelijk werden de volumes zo groot dat het risico op brandgevaar onveilig zou worden. Daarop werd besloten de brandbare producten elders op te slaan in een speciaal daarop ingerichte opslaglocatie.

Continue verbetering werknemersgezondheid

Worldpack zet zich niet alleen in voor de wettelijke en bovenwettelijke gezondheid en veiligheid van haar medewerkers, maar ook voor de continue verbetering van hun algemeen welzijn. Zo verschaft Worldpack, samen met Bunzl, trainingen en cursussen voor de werknemers over reanimatie & AED, gezond tillen, gezonde werkhouding, arbeidsrecht, samenwerken op afstand, persoonlijke ontwikkeling, weerbaarheidstrainingen en rijtrainingen voor milieuvriendelijk en veilig rijden.

Verder hanteert Worldpack een anti-rookbeleid op haar locatie en bij bezoeken aan zakelijke relaties. Werknemers die roken, worden aangemoedigd om op onze kosten de cursus 'Rookvrij! Ook jij?' te volgen. Worldpack heeft veel werknemers die in hun vrije tijd fietsen, tennissen, hockeyen en aan fitness doen. Voor al deze sportievelingen hebben wij in 2020 onze eigen Worldpack Sportswear ontworpen.



Databeveiliging

Het belang van goede databeveiliging

De kans op kritieke datalekken en diefstallen van de data en gegevens van Worldpack neemt toe, naarmate Worldpack haar interne en externe digitalisering uitbreidt en gebruikt maakt van dienstverleningen van derden met digitale gegevensuitwisselingen. Het niet op orde hebben van de digitale beveiligingen en back-ups kan leiden tot serieuze bedrijfscontinuïteitonderbrekingen, reputatieschade en financiële boetes.

Omdat datalekken en diefstallen van persoonsgegevens van onze werknemers kunnen leiden tot serieuze persoonlijke schade bij de betrokkenen, kennen we vergelijkbare urgentie toe aan databeveiliging van personeelsgegevens als aan onze gezondheid en veiligheid. Daarom blijven wij investeren in de beveiliging en bewustwording van juist gebruik en opslag van deze gegevens.

Persoonsgegevens en bedrijfsgegevens

Het beschermen van gegevens is wettelijk verplicht. Worldpack voldoet dan ook aan de in Nederland geldende wet de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Deze wet legt vast hoe persoonsgegevens verzameld en bewaard moeten worden ter bescherming van de privacy van personen. Omdat Worldpack geen consumenten als klanten heeft, hebben de persoonsgegevens die Worldpack bewaart alleen betrekking op personeelsgegevens.

Voor de bescherming van bedrijfsgegevens van de leveranciers, klanten en andere zakelijke partners van Worldpack hanteren we een beleid waarbij werknemers niet zonder toestemming of buiten hun takenbevoegdheid bedrijfsgegevens mogen inzien, veranderen, gebruiken of bekendmaken. Ook niet na het aflopen van hun diensttijd. Daarnaast bieden we AVG-trainingen aan voor medewerkers.

Toepassingen

De status van dochterbedrijf van Bunzl brengt niet alleen logistieke-, inkoop-, netwerk- en personeelsvoordelen met zich mee, maar ook voordelen op het gebied van interne systemen, applicaties en beveiliging. Bunzl plc. is een beursgenoteerd, wereldwijd opererende organisatie met in 32 landen een vestiging. Zij hebben met hun gigantisch financieel vermogen de capaciteit om een eigen goed beveiligd intern serversysteem te ontwikkelen en beheren. En dit is hard nodig, aangezien alle informatie, processen en communicatie van alle vestigingen en werkmaatschappijen via deze server verwerkt worden.

Worldpack kan als bedrijf van mkb-omvang dus gebruik maken van de servers en systemen van een bedrijf dat deze op beursgenoteerd internationaalniveau beheert. Hiermee is het niveau van databeveiliging van Worldpack zeer hoog.

Sinds COVID-19 ervoor gezorgd heeft dat de werknemers van Worldpack frequent thuis werken, hebben wij een verplichting gesteld op de toepassing van een multi-factor authenticatie voor de toegang tot de interne systemen welke het thuiswerken veiliger maken.

Ook wordt continu de beveiliging van e-mailverkeer verbeterd. Medewerkers worden erop getraind om verdachte e-mails te identificeren, en deze door te sturen naar de compliance afdeling van Bunzl. Daarnaast kunnen beveiligingssysteem automatisch risicovolle e-mails identificeren, labelen en vernietigen. Voor webpaginabezoekers en brandstorebezoekers op onze website wordt het privacy- en cookiebeleid continu verbeterd en beveiligd.

Sociale en ecologische verantwoording leveranciers

Sociale verantwoording

Worldpack maakt als handelsbedrijf uiteraard gebruik van toeleveranciers. Geografisch gezien zijn de meeste gevestigd in Europa en Azië. Omdat in Azië de wettelijke arbeidsomstandigheden van lagere standaard zijn dan die in Europa en Noord-Amerika, maakt Worldpack gebruik van het Bunzl Shanghai Office om ervoor te zorgen dat de leveranciers aldaar voldoen aan de door ons gestelde kwalitatieve & sociale voorwaarden.

Risicolanden

Vanuit Bunzl is er op basis van de Modern Slavery Index en de Corruption Perceptions Index een lijst opgesteld met een verdeling van alle landen in vier risicocategorieën: laag, medium, hoog en zeer hoog. De landen met een laag en medium risicoprofiel bevinden zich vooral in de Westerse wereld en/of hebben een hoge levensstandaard. De landen met een hoog risicoprofiel zijn voornamelijk de landen met opkomende economieën. De landen met een zeer hoog risicoprofiel kennen veel politieke onrust en armoede.

Worldpacks import heeft in 2020 een significante verschuiving doorgemaakt in de richting van samenwerking met landen met een lager risicoprofiel. De inkoopbestedingen bij leveranciers uit landen met een zeer hoog, hoog en medium risicoprofiel zijn respectievelijk afgenomen met 57%, 38% en 28%. De inkoopbestedingen bij leveranciers uit landen met een laag risicoprofiel zijn toegenomen met 59%.

Deze verschuiving komt vooral door de impact van COVID-19 en het toevoegen van hieraan gekoppelde nieuwe assortimenten, zoals persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM). De klantvraag naar bepaalde verpakkingsproducten,

welke uit medium en hoog risicoprofiel landen geïmporteerd worden, is verder gedaald door de verschillende lockdowns en winkelsluitingen in 2020. De klantvraag naar e-commerce producten, welke voornamelijk uit laag risicoprofiel landen geïmporteerd worden, is daarentegen gestegen.

Totale inkoopbestedingen naar risicoprofiel			
	2019	2020	Δ
Zeer hoog risicoprofiel	2%	1%	-57%
Hoog risicoprofiel	27%	18%	-38%
Medium risicoprofiel	42%	32%	-28%
Laag risicoprofiel	29%	49%	59%
Totaal	100%	100%	

Ondanks bovenstaande verschuiving is nog steeds 19% van de totale aankopen afkomstig van leveranciers uit (zeer) hoge risicoprofiel landen. Om ervoor te zorgen dat de leveranciers uit deze landen kwalitatief en sociaal verantwoord ondernemen, voert het Bunzl Shanghai QA/QC-team op locatie audits uit. De leveranciers bij wie meer dan €100.000 aan inkoop worden gerealiseerd buiten de (zeer) hoge risicoprofiel landen dienen zich te committeren aan de Bunzl Gedragscode voor Leveranciers te ondertekenen.

Supplier Audit voor Aziatische landen met een hoog risicoprofiel

De Quality & Capability audits hebben betrekking op:

- Kwaliteitscontrolesystemen
- Faciliteit & onderhoud
- Leverancierscontrole & klantcommunicatie
- Inkomend materiaalcontrole
- In-proces kwaliteitscontrole
- Kwaliteitscontrole
- Eindproductcontrole
- Het gebruik van scherpe gereedschappen
- Hygiëne.

Bij de Social Accountability audits wordt gekeken naar:

- Kinderarbeid
- Geforceerde arbeid
- Ethisch managementsysteem
- Vrijheid van vereniging van arbeiders
- Salarissen
- Werkuren
- Brandveiligheid
- Productveiligheid
- Milieu-impact
- Kantine en slaapzalen.

Een leverancier kan als 'not approved', 'acceptable', 'good' of 'excellent' beoordeeld worden. De beoordeling 'acceptable' is een minimumvereiste voor het starten of voortzetten van een samenwerking. De klassen 'acceptabel' en 'goed' onderscheiden zich van de klasse 'excellent' doordat er enkele zwaarwegende aandachtspunten zijn bij de leverancier. In zo'n geval wordt de leverancier periodiek vaker geaudit. De classificatie 'not approved' indiceert dat er drie of meer grote gebreken of schendingen zijn gevonden. In zo'n geval wordt de samenwerking stilgelegd of niet aangegaan totdat deze gebreken of schendingen verholpen zijn. In 2020 is om deze reden de samenwerking met één leverancier stopgezet. Ongeacht de classificatie ontvangen leveranciers na iedere audit het

auditrapport met daarin de aandachtspunten die aangepakt dienen te worden en de termijn van opvolging.

Doordat de leveranciers gecontroleerd en geëvalueerd worden op zowel de kwalitatieve en sociale omstandigheden in de fabriek, zorgt Worldpack samen met Bunzl Shanghai voor een positieve sociale impact en verbetering in Aziatische landen waar de wettelijke omstandigheden laag zijn.

10% van de leveranciers van Worldpack is gevestigd in Aziatische landen met een (zeer) hoog risicoprofiel. Het Bunzl Shanghai QA/QC-team heeft in 2020 en voorgaande jaren 100% van deze leveranciers (periodiek) geaudit. Voor 2021 en de daaropvolgende jaren hanteren we de doelstelling om alle bestaande en nieuwe leveranciers uit Aziatische landen met een hoog risicoprofiel te blijven auditen en het auditproces en de criteria te blijven verbeteren.



Bunzl Gedragscode voor Leveranciers

Leveranciers waar jaarlijks meer dan €100.000 ingekocht wordt, en die niet in aanmerking komen voor een Supplier Audit van het Bunzl Shanghai QA/QC-team, hebben de verplichting de Bunzl Gedragscode voor Leveranciers te tekenen om leverancier van Worldpack te blijven. Bij ondertekening van deze gedragscode gaan de leveranciers akkoord met gestelde regels over:

- Belangenconflicten
- Omkoping
- Corruptie
- Steekpenningen
- Handelen in Bunzl aandelen
- Gegevensbescherming
- Privacy waarborging
- Gebruik van Bunzl materieel
- Sancties
- Belastingwetgeving
- Arbeidsomstandigheden
- Milieu
- Wettelijke kwaliteit van producten en diensten
- Transparantie
- Meldingsplicht en controle op naleving van de Bunzl Gedragscode voor Leveranciers.

Wanneer blijkt dat een leverancier zich niet houdt aan de getekende Bunzl Gedragscode voor Leveranciers, heeft Bunzl het recht om audits en evaluaties uit te voeren. Als daarbij schendingen van de gedragscode aan het licht komen, geeft Bunzl de leverancier de gelegenheid alsnog te voldoen aan de gedragscode. Gebeurt dit niet binnen de vooraf gestelde termijn, kan Bunzl de samenwerking verbreken.

In 2021 moeten alle leveranciers bij wie meer dan €100.000 besteed wordt de Bunzl Gedragscode voor Leveranciers hebben ondertekend en naleven.

Doelstellingen	Sociale verantwoording leveranciers
2021 BEFAIR	100% van onze Aziatische leveranciers uit landen met zeer hoog en hoog risicoprofiel worden initieel en periodiek geauditeerd.
2021 BEFAIR	100% van onze leveranciers waarbij de besteding groter is dan € 100.000 ondertekenen en houden zich aan de Bunzl Gedragscode voor Leveranciers

De volledige Bunzl Gedragscode voor Leveranciers is in het Engels te vinden op de website van Bunzl.

Persoonlijk bezoek van Worldpack

Naast de audits van het Bunzl Shanghai QA/QC-team en de Bunzl Gedragscode voor Leveranciers, brengt Worldpack jaarlijks zelf een fysiek bezoek aan haar 25 grootste leveranciers. Dit bezoek heeft geen officiële auditkenmerken, maar de betreffende medewerkers van Worldpack zijn dermate ervaren en gekwalificeerd dat bij opvallende waarnemingen tijdens het bezoek over zaken waar afwijkingen geconstateerd worden, de leverancier verzocht wordt om aanpassingen.

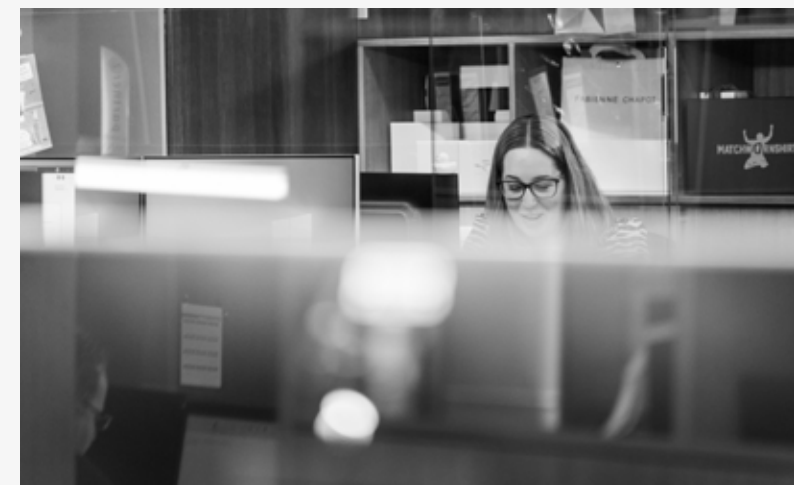
Door COVID-19 zijn er geen leveranciersbezoeken geweest in 2020. Of enkele van deze bezoeken in 2021 nog wel uitgevoerd zullen worden, hangt af van de ontwikkelingen rondom COVID-19.

Ecologische verantwoording leveranciers

Bij de Social Accounting audits die het Bunzl QA/QC Shanghai team uitvoert, wordt maar zeer beperkt nagegaan in welke mate de leverancier ecologisch verantwoord is. De leverancier moet een geldig milieurapport en een afvallozingsvergunning hebben. Daarnaast wordt er bij de audit gecontroleerd of afvalwaterstromen, luchtvervuiling en geluidsoverlast gemonitord worden en dat giftige of gevaarlijke stoffen door een gecertificeerd bedrijf verwijderd worden.

Maar mede omdat het onderwerp, de ecologische verantwoording van leveranciers, uit het stakeholderonderzoek van Worldpack naar voren kwam als het op een na belangrijkste ecologische onderwerp, zal Bunzl de ecologische auditcriteria uitbreiden, waarbij de ecologische waarde van leveranciers getoetst zal worden aan minimale normen. De doelstelling is om in 2022 de eerste leveranciers hierop te kunnen auditen.

Doelstellingen	Ecologische verantwoording leveranciers
2022 BEFAIR	Het Bunzl QA/QC Shanghai Team breidt haar ecologische toetsingscriteria uit.



Andere sociologische onderwerpen

Training en educatie

Worldpack vindt training en educatie van haar werknemers zeer belangrijk. Niet alleen omdat dit deel uitmaakt van de kernwaarde **BE BETTER** en onderdeel is van de Believe-pijler **BEHAPPY**, maar ook omdat de werknemers Worldpack heeft gebracht tot waar we nu staan. Het onderhouden van de relaties met onze klanten blijft immers mensenwerk en is niet te vervangen door digitalisering. Het is van belang dat het welzijn van en de trainings- en educatiemogelijkheden voor de medewerkers optimaal zijn. Samen met Bunzl kan Worldpack haar werknemers een uitgebreid, maar persoonlijk pakket aan cursussen, workshops en trainingen aanbieden.

De Bunzl Academy

De Bunzl Academy wordt aangeboden vanuit Bunzl en is beschikbaar voor werknemers van haar eigen organisatie en haar werkmaatschappijen. De Bunzl Academy heeft als doelstelling talent bij de medewerkers te maximaliseren, de waarde van haar menselijk kapitaal te vergroten en persoonlijke ontwikkelingen, zowel privé als zakelijk, te stimuleren. De Bunzl Academy bestaat uit offline en online cursussen.



We bieden deze cursussen kosteloos aan. Daarbij maken wij voor ieder personeelslid een persoonlijke selectie uit het aanbod, als uitwerking van ons HR-motto voor 2021: Persoonlijke Aandacht. De aanbodselectie is enerzijds gebaseerd op de vijf kernwaarden van Worldpack en anderzijds op de evaluatiegesprekken met de betreffende werknemer. Zo draagt Worldpack zorg voor een persoonlijke benadering en versterkt zij intern haar vijf kernwaarden.

Online en offline cursussen en trainingen

De online cursussen worden verzorgd door Bunzl's partner GoodHabitz. GoodHabitz biedt het voltallige personeel vrij toegang tot meer dan 300 trainingen, masterclasses en cursussen, welke de werknemers allemaal op elk gewenst moment en plek kunnen volgen. Binnen dit ruime aanbod is veel differentiatie mogelijk voor de werknemer. Zo is de leervorm individueel te kiezen en zijn er categorieën voor de specifieke werkmaatschappijen van Bunzl, of voor specifieke skills en onderwerpen. Bij GoodHabitz kunnen er ook certificaten uitgereikt worden.

Zolang de coronamaatregelen gehandhaafd blijven, zullen de offline cursussen uiteraard ook online plaatsvinden. Helaas doet deze verschuiving inbreuk op één belangrijke kracht van de offline cursussen, namelijk dat individuele werknemers van alle werkmaatschappijen van Bunzl samenkomen en zo ervaringen en kennis kunnen delen. Zodra de COVID-19-restricties het toelaten, zullen de offline cursussen daadwerkelijk weer offline gegeven worden. De cursussen van Bunzl hebben betrekking op de actualiteit en toepasselijkheid voor de branche.



Voorbeelden van cursussen die via GoodHabitz worden aangeboden zijn:

- Algemene EHS-trainingen
- Spill Drill
- Het duurzaamheidsbeleid Believe
- Duurzame wetgevingen (SUP)
- Financiële tools & technieken
- Employer branding
- Arbeidsrecht
- Samenwerken op afstand
- Verkopen op afstand & leidinggeven op afstand
- Persoonlijke ontwikkeling, weerbaarheidstrainingen
- Vrouwelijk leiderschap
- Reanimatie & AED
- Gezond tillen en gezonde werkhouding
- Preventiemedewerkers
- AVG-trainingen en
- Rij-trainingen voor milieuvriendelijk & veilig rijden

In 2020 zijn er aan het sales- en inkoopteam trainingen gegeven over het Believe-beleid. Hierin zijn duurzame producten gedemonstreerd en is aan de orde gesteld hoe deze in verband kunnen worden gebracht met het Believe-beleid. Over het thema databeveiliging volgen alle medewerkers elk kwartaal een verplichte training, onder andere over AVG, verdachte e-mails identificeren en het gebruik van openbare netwerken.

Doorgroeimogelijkheden

Successionplanning

De successionplanning is binnen Worldpack verantwoordelijk voor de opvolging van hogere posities door eigen personeel. Jaarlijks wordt via een vast format geëvalueerd welke medewerkers binnen deze successionplanning een persoonlijk ontwikkeltraject mogen volgen. Als onderdeel van de successionplanning worden deze potentiële ondersteund door bijvoorbeeld studie, coaching, managementtrainingen, of wordt hen deelname aan de Ambassadors Club aangeboden.

Ambassadors club

De Ambassadors Club is een kleine groep werknemers binnen de werkmaatschappijen, die potentie vertonen door te groeien binnen Bunzl. Bunzl gelooft in strategisch talentmanagement en strategisch opleiden: het binden, boeien, laten bloeien, groeien en gloeien van mensen. De Ambassadors Club ondersteunt deze potentiële doorgroeiërs hierbij in de vorm van een praktisch business case van een jaar. Hierbij wordt de werknemer ondersteund door meerdere modules zoals zelfontwikkeling, ontwerpdenken, kritisch denken, het winnen van vertrouwen en advies & relatieontwikkeling.

THE
AMBASSADORS CLUB

Bij de jaarlijkse functionerings- en evaluatiegesprekken met de werknemers worden prestatie- en loopbaanontwikkeling besproken. Dankzij deze gesprekken, de successionplanning en de Ambassadors Club hebben in 2019 drie werknemers promotie kunnen maken binnen Worldpack en in 2020 zijn twee medewerkers hoger op de carrière ladder beland binnen Bunzl.



Stagiaires en tijdelijke krachten

Worldpack verschaft structureel studenten een stageplek bij haar Creative Design Studio. Ook vinden er meeloopstages plaats vanuit het voortgezet onderwijs, mbo of hbo. Jonge vakantie- en flexkrachten kunnen bij ons terecht voor vakantiebaantjes, door in de schoolvakanties mee te werken in het magazijn. Zo ondersteunen we studenten die praktijkervaring willen opdoen en dragen wij een steentje bij aan de ontwikkeling van lokale jongeren door hen werkervaring te verschaffen.

Diversiteit en inclusiviteit

Bij Worldpack selecteren wij ons personeel op basis van talenten zoals sociale vaardigheden, aanpassingsvermogen, assertiviteit en kennis. De man-vrouw verhouding onder de werknemers was in 2020 58% -42%. Binnen het managementteam is nog slechts een op de zeven een vrouw. Met de huidige man-vrouw verhouding, in combinatie met onze gelijkheidsbenadering, hebben we er alle vertrouwen dat er vanzelf meer vrouwen zullen instromen in het management.

Omdat wij al een divers werknemersbestand hebben en omdat diversiteit en inclusiviteit niet specifiek als zeer belangrijk uit het stakeholderonderzoek naar voren kwam, zetten wij ons huidige gelijkheidsbeleid voort. Worldpack zet zich wel proactief in voor kansgelijkheid op de jongerenarbeidsmarkt, door studenten en jongeren zonder relevante werkervaring een stageplek of vakantiewerk te bieden.

Economische impact

Klantrelatiemanagement

Vanuit onze Service with Guts!-visie betekent klantrelatiemanagement (CRM) voor Worldpack méér dan alleen het vervullen van de behoeftes van onze klanten. Wij leveren gespecialiseerde diensten en bieden inzichten in indirecte kosten en uitgaven die van grote toegevoegde waarden zijn voor onze retailers. Deze toegevoegde waarden kunnen wij leveren omdat wij onze klanten begrijpen. Wij consolideren namelijk gegevens uit meerdere kanalen, zoals onze online bestelsystemen, operationele voorraad- & magazijnbeheersystemen, onze website, marketingactiviteiten, telefoon, e-mail, livechat en sociale media.

Het invullen van de klantbehoefte doen wij met een holistische aanpak, wat zoveel betekent als dat wij een optimale combinatie aanbieden van digitale dienstverlening en de persoonlijke aandacht van onze medewerkers. Ons team bestaat uit goed opgeleide en deskundige collega's, zowel op onze Sales afdeling, als bij onze inkoop-, logistieke en finance afdeling. Doordat onze collega's eenzelfde denk- en werkwijze hanteren, kunnen klantverzoeken sneller en met beter resultaat opgeleverd worden bij onze klanten. Om onze digitale dienstverlening continu te blijven verbeteren, blijven wij investeren in ons digitale aanbod en 'electronic data interchange' (EDI) integratie.

Via klantonderzoeken proberen wij onze klantenservice meetbaar en inzichtelijk te maken. Kenmerken van onze dienstverlening, zoals beschikbaarheid van voorraad en tijdige leveringen, worden vastgelegd in Key Performance Indicators (KPI's). Deze worden dagelijks intern en met onze klanten getoetst conform de door hen gewenste frequentie. Onze klanten kunnen zelf deze KPI's 24/7 monitoren via een online tool.

Hiermee hebben zij toegang tot alle belangrijke data over de leveringen en dienstverlening die Worldpack biedt. Dit is een waardevol managementtool gebleken om onze klanten inzicht te geven in de indirecte kosten en uitgaven van hun gedecentraliseerde organisatie maakt.

Consumenten worden veeleisender ten aanzien van retailers. Zij willen overal en altijd kunnen kopen. Het belang van Worldpack om onze klanten meer inzicht, flexibiliteit en innovatie te bieden, zal hierdoor verder toenemen.

Kortom, **"Service with Guts!"**



Innovatie

Productinnovatie

Product- & assortimentsinnovatie

Innovatie staat bij Worldpack hoog in het vaandel en is onderdeel van onze kernwaarden, in dit geval **Be Better** en **Be 1 Step Ahead**. In onze ogen is innovatie in de snel en sterk veranderende wereld de sleutel voor het "with Guts" blijven bedienen van onze klanten. Innoveren doen wij door ontwikkeling, introductie en doorontwikkeling van materialen en producten.

Doorontwikkeling

Bij doorontwikkeling passen we nieuwe en gerecyclede materialen toe op bestaande producten, waarmee wij de 'PP Shoppers' van onze klanten bijvoorbeeld dunner maken. Ook passen we 'compressed packaging' toe waarmee wij bij het omverpakken 100 in plaats van 50 stuks kunnen verzenden.

Hiermee bieden wij onze klanten naast een kostenbesparing ook duurzame oplossingen. Door het 'verdunnen' van producten wordt er minder materiaal gebruikt, dat dan grotendeels ook nog eens gerecycled materiaal is. Door 'compressed packaging' verscheppen wij meer stuks in een enkele lading: dit reduceert het totaal aantal ritten en dus het energieverbruik.

Nieuwe producten & materialen

Nieuwe producten & materialen zijn bijvoorbeeld onze 'grashangers'. Kledinghangers gemaakt uit biomateriaal (gras), gecombineerd met gerecycled of natuurlijk afbreekbaar plastic. Deze hangers worden CO2-neutraal geproduceerd en getransporteerd. Dit is mogelijk doordat ze makkelijk en dichtbij te produceren zijn. Het materiaal is gecertificeerd in overeenstemming met EN 71-3. Bijkomend voordeel voor onze klanten is dat de hangers er gaaf uitzien en geschikt zijn voor marketingdoeleinden.

Nieuw assortiment

In 2020 hebben wij door COVID-19 een assortiment aan persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM) opgenomen. Retailers hadden al vrij snel behoefte aan producten die het winkelen veilig maken voor hun klanten en eigen medewerkers. In recordtijd heeft Worldpack hiervoor een compleet nieuw assortiment opgezet met onder andere handgel, mondklappers, schermen, handschoenen, posters en stickers.

In 2021 zullen we het proces van product- en assortiment-innovatie extra kracht gaan bijzetten door het toevoegen van een Category Specialist die per medio 2021 het team komt versterken.

Innovatie van dienstverleningen

Verkoopkanalen van retailers

COVID-19 heeft ervoor gezorgd dat het koopgedrag van de consument voorgoed veranderd is: een verandering waar retailers slim op moeten inspelen.

Retailers zijn niet langer alleen maar op zoek naar productinnovatie of gunstigere kostprijzen, maar ook naar artikelen die de ontwikkeling van nieuwe verkoopkanalen kunnen ondersteunen, de klantervaringen kunnen verbeteren of hun merkwwaarden kunnen weerspiegelen.

Omnichannel

De uitbreiding van omnichannel-retail is een voorbeeld van nieuwe verkoopkanalen. Omnichannel-retail houdt in dat fysieke en digitale etalages samengaan en een uniforme merkervaring creëren voor consumenten. Wanneer omnichannel-retail correct toegepast wordt, kunnen consumenten zich gemakkelijk bewegen tussen verkoopkanalen en een relatie met het merk opbouwen die de algehele koopervaring verbetert en merkloyaliteit aanmoedigt.

Ship-from-store

Ship-from-store is een effectieve toepassing van omnichannel-retail, waarbij van fysieke winkels minidistributiecentra worden gemaakt. Retailers kunnen zo meer bestellingen afhandelen en op grote schaal verzenden met behulp van lokale en duurzame verzendmethoden. Worldpack ondersteunt vanuit haar innovatiekracht retailers bij de ontwikkeling en implementatie van ship-from-store.

Inzichten en RFID

Om omnichannel te optimaliseren en verkoopkansen te maximaliseren, hebben retailers betere inzichten nodig, vooral als het gaat om voorraadbeheer. Hiervoor zijn radio-frequency identification (RFID) oplossingen essentieel. Artikelen die uitgerust zijn met RFID kunnen door de hele supply chain getraceerd worden en maken inzichtelijk hoeveel voorraad er beschikbaar is voor online verkoop en hoeveel voorraad er in de winkel is. Consumenten kunnen hiermee per direct zien of een specifiek artikel op voorraad is, wat de klantervaring verbetert. Worldpack innoveert op het gebied van supply chain integratie, voorraadbeheersystemen en EDI-technologieën, wat ons de ideale partner maakt voor retailers die hun omnichannel willen uitbreiden.

Klantbinding en klantervaring

Retailers proberen continu de klantervaringen van consumenten te verbeteren. Door naast hun gebruikelijke communicatiemethoden de klanten ervaringen aan te bieden zoals digitale en fysieke beleving van het merk, de productbeleving en de manier waarop de gehele dienst wordt ervaren. Zo verbindt een retailer klanten op een emotionele en rationele manier aan zijn merk. Ook de ervaring met verschillende kanalen, communities, platforms en touchpoints hoort hierbij. Worldpack ondersteunt haar retailers bij het continu blijven versterken en verbeteren van de binding met hun klanten.

Contactloos

Andere innovaties die plaatsvinden bij retailers zijn contactloos of zonder tussenkomst van een kassa afrekenen. Dit bespaart niet alleen tijd voor retailers maar genereert ook meer aankoopgedragsdata van consumenten. Deze gegevens kunnen retailers gebruiken om hun omzet te verhogen.

Mobiele besteloplossingen, order-ahead-oplossingen, scan & go en ophalen en bezorgen aan de kant van de weg zijn de meest populaire winkeloptyes van contactloos betalen zonder tussenkomst van een kassa. De behoefte om producten en systemen te innoveren maakt deel uit van het DNA van Worldpack en wij zijn enthousiast over de uitdagingen en kansen die de toekomst ons biedt.

Duurzame innovaties.

Duurzame verpakkingen krijgen meer dan ooit tevoren een hogere prioriteit, zowel bij merken als consumenten. De term 'milieuvriendelijke verpakking' is meer dan een modewoord. Worldpack ondersteunt aan de hand van het 5R-model haar klanten in het ontwikkelen en implementeren van een plasticreductiebeleid.

Kom alles te weten over het duurzame assortiment, het 5R-model en de duurzame dienstverlening van Worldpack op pagina 28.

Digitalisering

In 2020 is de consument eraan gewend geraakt om zijn aankopen bijna geheel online te doen. Ook nadat in 2021 de lockdowns beëindigd zullen worden, zal online en digitaal de hoofdrol blijven spelen in het winkelgedrag. Fysieke winkels blijven echter nog steeds relevant. Consumenten ervaren het gemak van online winkelen, maar misten tegelijkertijd de fysieke interactie met merken en het winkelen met vrienden.

De pandemie heeft dus het belang van fysieke en digitale verkoopkanalen benadrukt en dat vraagt bij de retailers om innovatie: door de toepassing van het omnichannel-concept kunnen deze twee verkoopkanalen gecombineerd worden. Fysieke en digitale ombuigen zodat er een uniforme en overschrijdende merkervaring wordt gecreëerd bij consumenten.

Tijdens de pandemie merkten wij bij onze klanten op dat zij steeds meer op zoek waren naar manieren om hun klanten innovatieve producten en diensten aan te bieden, wat samen gaat met de digitalisering van hun bedrijfsvoering. Investeren in digitalisering vergroten het gemak van transacties én het verzamelen en verkrijgen van data-insights. Deze inzichten zijn de drijvende kracht achter veel klantonderwerpen voor retailers. Systemen die zich kunnen aanpassen aan toekomstige behoeften zijn belangrijk omdat de retail na COVID-19 veel veranderingen zal doormaken.

Retailers hebben data-insights en operationele synergie nodig om het omnichannel en digitalisering effectief toe te passen. Worldpack zet daarom zelf ook in op digitalisering van haar bedrijfsvoering en dienstverlening.

Worldpack bestelplatform

Worldpack heeft in 2020 grootschalig geïnvesteerd in de ontwikkeling van een online bestelplatform. Hiermee kunnen retailers op elk moment en apparaat verbruiksartikelen bestellen, zowel van hun eigen merk als merkloos. Het gebruik van het online bestelplatform kan afgesteld worden op de behoeften van de gebruiker, bedrijfsafdeling, of op andere behoeften van de klant. Worldpacks e-commerce zal in 2021 doorontwikkeld en uitgebreid worden om meer functionaliteiten en mogelijkheden te bieden aan een breder publiek. Worldpack bestelplatform

Worldpacks online data-insight tool

Historisch gezien waren ruwe data voldoende om op basis daarvan keuzes te maken. Maar tegenwoordig zijn data steeds complexer geworden, waardoor er steeds meer vraag is naar data-analytics. Daarom heeft Worldpack geïnvesteerd in de ontwikkeling van een toonaangevende data-insight tool voor haar klanten. Zij kunnen hiermee met 24/7 data analyseren over hun verbruiksartikelen, en trends en verwachtingen meenemen in hun besluitvorming. Onze accountmanagers ondersteunen onze retailers bij het maken van analyses van de data.

EDI-integratieoplossingen

Nu retailers in staat zijn om besluitvorming en het delen van data steeds efficiënter te laten verlopen, wordt operationele integratie met partnerleveranciers duidelijker een trend. Worldpack biedt haar klanten veel mogelijke EDI-integratieoplossingen aan (electronic data interchange), met systemen zoals SAP, Ariba en Coupa. Onze verwachting is dat deze trend zich in de toekomst uitbreidt naar geautomatiseerde voorraadaanvulling in de winkel.

Niet-locatiegebonden

Dankzij de ontwikkelingen in mobiele technologie kunnen consumenten op elk gewenst moment aankopen doen en deze laten bezorgen bij een locatie naar keuze. Wij verwachten dat dit de norm gaat worden. Retailers die hun supply chain geoptimaliseerd hebben zullen hiervan profiteren. Worldpack investeert in digitale en fysieke systemen om haar retail klanten te ondersteunen met oplossingen die hun toekomstige behoeften op een duurzame manier blijven invullen.



Merkreputatie

Het belang van merkreputatie

Merkreputatie wordt steeds belangrijker voor bedrijven. Consumenten nemen steeds vaker aankoopbeslissingen op basis van bedrijfswaarden en culturele aansluiting. Consumenten verwachten dat bedrijven hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen en standpunten hebben over duurzaamheid, ethiek en bedrijfscultuur. Dit biedt een uitgangspunt en een kader om de relaties met klanten te versterken en stimuleert strategisch zakelijk partnerschap rond gedeelde doelen. Als gevolg hiervan moeten retailers een sterke identiteit creëren die duidelijk gecommuniceerd en aangetoond wordt, zowel intern als in de hele toeleveringsketen.

Worldpacks merkreputatie

Worldpack bevindt zich in de gelukkige positie dat we in de afgelopen dertig jaar een sterke cultuur hebben ontwikkeld, met de klant echt centraal in ons bedrijf. Deze wordt vastgelegd in de missie "Service with Guts!". De missie wordt dagelijks aan onze klanten gecommuniceerd door ons gepassioneerde team professionals, via onze waarden:

**TAKE CONTROL
BE BETTER
BE 1 STEP AHEAD
BE ENTHUSIASTIC
WORK AS A TEAM**

Deze kernwaarden en de drive om "Service with Guts!" te leveren, zijn onderdeel van het DNA van Worldpack en biedt een duidelijke focus voor onze continue ontwikkelingen vanuit de wens om waarde toe te voegen aan onze klanten.

Lees meer over de vijf kernwaarden van Worldpack op pagina 07.

Worldpacks bedrijfsethiek

Vertrouwen is moeilijk te winnen en makkelijk te verliezen. Worldpack heeft kernwaarden en ethiek die duidelijk kunnen worden gecommuniceerd en aangetoond. Het is belangrijk voor ons dat onze zakelijke transacties en acties voldoen aan de wettelijke vereisten en internationale normen. Niet alleen om onze merkreputatie te beschermen, maar ook die van onze klanten. Onze naleving van deze normen wordt gecontroleerd en gepubliceerd als onderdeel van het jaarverslag en duurzaamheidsverslag van Bunzl plc.

Lees meer over de bedrijfsethiek van Worldpack op pagina 14.

Liefdadigheid en donaties

We moedigen onze collega's aan om deel te nemen aan en betrokken te zijn bij lokale liefdadigheidsinstellingen in de gebieden waar we actief zijn. Samen met Bunzl en de werkmatschappijen organisatie steunen we internationale liefdadigheidsinstellingen die onze waarden delen.

Lees meer over de liefdadigheid en donaties van Worldpack op pagina 10.

Publieke uitstraling

Worldpack deelt op LinkedIn haar visies en ideeën over retail gerichte onderwerpen en bredere kwesties die de retail beïnvloeden. We streven ernaar om op feiten gebaseerde en evenwichtige publicaties te delen, en waar mogelijk onze klanten te ondersteunen met onze inzichten en advies. We creëren ook marketingmateriaal dat onze waarden aantoont en onze ethische verplichtingen gedetailleerd beschrijft. We spreken ons ook uit over de mondiale actualiteit waarvan we denken dat de stem van Worldpack kan bijdragen.

Het team van Worldpack

Onze cultuur en waarden zijn erg belangrijk voor ons en we zijn trots op de getalenteerde, professionele en enthousiaste collega's in ons hele bedrijf. We moedigen het openlijk delen van verschillende standpunten aan, omdat we geloven dat dit betere resultaten oplevert en voor iedereen waarde toevoegt. Er zijn veel initiatieven beschikbaar voor al onze collega's om welzijn en persoonlijke ontwikkeling te bevorderen. Deze initiatieven komen niet alleen ten goede onze werknemers, maar ook aan onze klanten, in termen van expertise, kennis, enthousiasme en langdurige relaties.

Lees meer over de ontwikkeling van het team van Worldpack op pagina 36.



Operationele excellentie

In 2020 hebben wij opnieuw bewezen dat wij samen met een enthousiast en professioneel team de grenzen durven op te zoeken en daarmee Service with Guts! leveren. Het jaar 2020 zat door COVID-19 vol met logistieke uitdagingen voor Worldpack. De import van ons reguliere assortiment moest in maart 2020 geannuleerd worden, ons eigen magazijn moest COVID-19-proof aangekleed worden en er moest abrupt een COVID-19 assortiment opgenomen worden om onze klanten te kunnen voorzien in deze behoefte. Samen met een enthousiast en professioneel team is het ons gelukt om deze uitdagingen in 2020 te overwinnen.

Naast de optimalisatie van ons assortiment zijn wij ook druk bezig met het verbeteren van onze samenwerking met onze transporteurs, om onze interne logistieke efficiëntie en capaciteit te bevorderen.

Logistieke samenwerking met transporteurs

Bij het aangaan van een samenwerking met een transporteur vinden wij het belangrijk dat het een goede match is die voldoet aan de wensen van alle afdelingen. Zo zorgen wij dat wij onze klanten kunnen blijven bedienen op een flexibele, betrouwbare, duurzame en creatieve manier. Wij werken voornamelijk samen met twee grote internationale vervoerders. Hierbij zijn levertijden en transportkosten geoptimaliseerd.

Efficiëntie van magazijn logistiek

Voordat wij onze zendingen overdragen aan onze transporteurs, zorgen wij ervoor dat deze economisch en duurzaam ingericht zijn. Wanneer een klant meerdere bestellingen binnen een korte tijd doet, combineren wij deze bestellingen tot één zending in plaats van deze als meerdere zendingen te versturen.

Op het gebied van interne magazijnefficiëntie zetten wij in op automatisering. De vuistregel hierbij is dat de medewerkers zo weinig mogelijk fysieke handelingen verrichten. Vooral op het gebied van orderpicking en het printen van labels zullen er in 2021 automatiseringen plaatsvinden.

Omdat het Verenigd Koninkrijk per 2021 geen onderdeel meer is van de Europese douane-unie, welke goed is voor 7% van onze export, zorgt dit voor extra handelingen bij het gereed maken van de verzending met deze bestemming. In samenwerking met onze transporteurs proberen wij deze manuele handelingen te automatiseren.

Capaciteitsuitbreiding

In 2021 zullen wij een nieuwe locatie betrekken met een magazijn waarmee wij onze huidige opslagcapaciteit verdubbelen. In 2020 hadden wij voorraad extern opgeslagen, omdat wij zelf hiervoor geen plek meer hadden. Met een groter magazijn krijgen we onze hele voorraad onder één dak zodat we meer controle hebben over het versturen van orders. Ook de kwaliteit wordt zo te allen tijde gewaarborgd. De inrichting van het nieuwe magazijn zal gericht zijn op het verhogen van onze interne efficiëntie en de werknemersproductiviteit.

Financiële prestaties

2020 kenmerkt zich door een sterke performance van Worldpack, in een jaar waarin een groot beroep is gedaan op onze flexibiliteit en aanpassingsvermogen. In het voorjaar werden we geconfronteerd met de impact van COVID-19, waarmee het aantal winkelbezoeken door consumenten drastisch afnam. Na een korte opleving in de zomerperiode ging de kleding-, schoen- en sportretail in oktober 2020 helemaal dicht.

Door onze succesvolle serviceformule, onze inkoopkracht en door continu in gesprek te blijven met onze klanten, hebben we ad hoc een COVID-19 assortiment kunnen aanbieden. Het voorzien van verschillende retailers van de juiste producten, alsmede een scherpe blik op de kosten hebben er mede toe geleid dat 2020 als zeer succesvol kan worden bestempeld, in lijn met een eveneens sterke performance in 2019.

We zijn zeer optimistisch over de nabije toekomst en verwachten ook in 2021 succesvol te zijn. We zijn voortdurend in gesprek met potentiële nieuwe klanten. Daarbij richten we ons niet alleen op bestaande markten, maar introduceren we ook nieuwe verkoopkanalen en verkennen we nieuwe marktsectoren. Op het gebied van digitalisering en data zijn we volop in ontwikkeling, met als doel ook in de toekomst onze klanten maximale Service with Guts te bieden!

Informatie over de financiële prestaties over 2020 van Worldpack is in het Engels te vinden in het Bunzl plc Annual Report 2020.

Lokaal inkopen

Omdat lokaal inkopen als minst belangrijke onderwerp uit het stakeholdersonderzoek naar voren kwam, wordt 'lokaal' (lees: Europees) inkopen, geen selectie criterium voor Worldpack. Bij het kiezen voor een leverancier wordt er gekeken naar de inkoopprijs, het productaanbod, de klantvoorkeur voor een levertermijn en de totale kostprijs. De afwegingen van deze criteria kunnen wel of niet leiden tot inkopen in Europa.

Lees meer over de importlanden van Worldpack op pagina 16.



BIJLAGEN EN ACHTERGROND

Over dit duurzaamheidsverslag

Kenmerken

Termijn

De rapportageperiode dekt het kalenderjaar 2020, vanaf 01-01-2020 tot en met 31-12-2020. Voor enkele onderwerpen zijn kwantitatieve data over 2019 meegenomen om de impact van COVID-19 in 2020 weer te geven.

Afbakening

Dit verslag heeft alleen betrekking op Worldpack Trading B.V. en niet op het moeder bedrijf Bunzl plc of de andere dochtermaatschappijen waar Bunzl plc een belang in heeft. In dit verslag is geen financiële informatie opgenomen; die is te vinden in het Bunzl Annual Report 2020. Het Bunzl Annual Report 2020 is te lezen via <https://www.bunzl.com/investors/financial-reports.aspx>

Rapportagecyclus

Worldpack publiceert haar duurzaamheidsverslag op jaarbasis.

GRI-claim

Dit rapport is opgesteld conform de richtlijnen van het Global Reporting Initiative (GRI) kern/core optie.

Contactgegevens en adresgegevens

Worldpack Trading B.V.

Esp 125
5633 AA Eindhoven
The Netherlands
T: +31(0) 88 494 20 80
F: +31(0) 88 494 20 99
E: info@worldpack.eu

Bunzl plc

York House
45 Seymour Street
London
W1H 7JT



Managing Director
Worldpack

Jos Bergen

Managing Director

Esp 125
5633 AA Eindhoven
Nederland
T: +31 6 11 34 30 00
E: jos.bergen@worldpack.eu

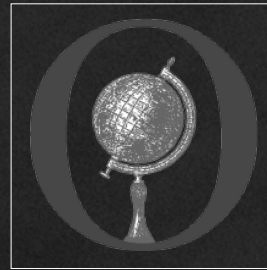


Sustainability Manager
Bunzl Nederland

Joost Lip

Sustainability Manager

Sleepbood 13
3991 CN Houten
Nederland
T: +31 6 20 09 17 75
E: joost.lip@bunzl.nl



Verslaginhouder
Kroll Sustainability Reporting

Bob Kroll

Sustainability Reporter

Sarphatipark 2 1
1072 PA Amsterdam
Nederland
T: +31 6 83 52 34 04
E: b.kroll@krollsr.nl



Interne projectleider
Worldpack

Celine Ouderland

Marketing Specialist

Esp 125
5633 AA Eindhoven
The Netherlands
T: +31 6 21 64 36 52
E: celine.ouderland@worldpack.eu



Vormgeving
Worldpack

Ron van Kemenade

Creative Designer

Esp 125
5633 AA Eindhoven
The Netherlands
T: +31 8 494 20 61
E: ron.vankemenade@worldpack.eu



a member of the Bunzl group of companies Bunzl

Eindredactie Nederlandse tekst
Annelies Roon - De Schrijverij

Engelse vertaling
Alba León

Bunzl Nederland en organisaties

Bunzl plc

BUNZL Worldpack is een onderdeel van Bunzl plc, een beursgenoteerd FTSE 100-bedrijf. Met een omzet van £ 9 miljard is Bunzl plc wereldleider in het leveren van outsourcing-oplossingen en servicegerichte distributie van niet-handelsgoederen. Het bedrijf is actief in 32 landen vanuit 240 distributiecentra en heeft 14.000 werknemers. Dat biedt veel voordelen voor onze werknemers, leveranciers en klanten.

Bunzl stelt ons in staat om internationale overeenkomsten te sluiten en afspraken te maken met zowel internationale merkleveranciers als met alternatieve producten uit de opkomende economieën. Met internationale samenwerkingen kan Worldpack samen met Bunzl en de werkmaatschappijen collectief op wereldwijde schaal inkopen en scherpe prijzen bieden aan haar klanten. Deze inkopen gebeuren tegelijk ook nog eens op verantwoorde manier. De kwaliteit en sociale omstandigheden bij de leveranciers van Worldpack worden door Bunzl regelmatig geauditeerd. Doordat Bunzl plc zowel financieel als bestuurlijk een stabiele organisatie is, kunnen wij voldoen aan al onze verplichtingen en alle eisen, regels en beleidslijnen van onze klanten. Onze klanten ervaren deze veiligheid en zekerheid als zeer prettig. Verder is deze financiële stabiliteit gunstig doordat er continu geïnvesteerd kan worden in nieuwe technologieën, werknemers en infrastructuur. Bij Bunzl plc staat maatschappelijk verantwoord ondernemen voorop.

Wereldwijd worden er veel initiatieven genomen om zo duurzaam mogelijk te werken. Binnen Bunzl Nederland doen we dat via ons Bunzl Believe-beleid. Zo werken we samen met de klant aan een betere wereld.

Bunzl plc heeft wereldwijd ongeveer 500 (gedeeltelijke) dochterbedrijven. Bunzl Nederland heeft naast Worldpack nog 10 andere (gedeeltelijke) dochterbedrijven. Binnen dit verslag wordt er niets verwezen naar deze andere dochterbedrijven en de inhoud van dit document heeft enkel betrekking op Worldpack.

- 1 Allshoes
- 2 BUNZL FOODSERVICE
- 3 BUNZL RETAIL & INDUSTRY
- 4 COOL PACK
- 5 de Ridder
- 6 JANSSEN PACKAGING
- 7 king
- 8 MAJESTIC SAFETY PRODUCTS & SERVICES
- 9 Quality Services
- 10 WORLDPACK IN-STORE PRODUCTS



Allshoes Benelux

Allshoes, Where Protection meets Style.

Gevestigd in Amsterdam is Allshoes specialist op het gebied van veiligheidsschoenen. Het bedrijf is een front-runner in moderne veiligheidsschoenen en één van de grootste spelers in de Benelux, met nog veel meer groeipotentie.

Allshoes valt op in de branche: in een conventionele markt heeft zij revolutionaire veiligheidsschoenen geïntroduceerd die hand in hand gaan met de mode- en sportwereld. De kracht van Allshoes' huidige succes en potentiële groei is met name te danken aan haar data-gedreven marketing en sales. Daarmee voorziet het bedrijf zowel consumenten als bedrijven van revolutionaire veiligheidsschoenen. Andere sterke punten van Allshoes zijn het professionele, ambitieuze en hechte team, en de inzet voor duurzaamheid: Allshoes is medeoprichter van de Circulair Footwear Alliance (CFA).

Bunzl Foodservice

Where hospitality begins.

Bunzl Foodservice voorziet hotels, bungalowparken, attractieparken, restaurants, cateringbedrijven, koffiebars en gemakswinkels van disposables en verpakkingen. Zij dient als een one-stop-shop voor alle benodigdheden van non-food-producten. Met een assortiment van 16.000 standaard- en innovatieve producten dekt zij alle behoeften. Hierbij heeft zij duurzaamheid voorop staan. Veel artikelen zijn milieubewust en er worden ook duurzame concepten en samenwerkingen met stichtingen aangeboden. Met haar service op maat levert Bunzl Foodservice aan grote complexe organisaties, maar ook aan kleine B&B's.

Tot slot heeft het bedrijf, doordat het een dochter is van Bunzl plc, toegang tot een groot internationaal netwerk en uitgebreide leverantiemogelijkheden. Ook kan de Bunzl Foodservice hiermee op maat, duurzaam en innovatief in grote omvang produceren en aankopen.

Bunzl Retail & Industry

Enjoy the difference.

Bunzl Retail & Industry levert volledige outsourcingprogramma's, verpakkingen, disposables & hygiëneproducten aan bedrijven. Het bedrijf zoekt actief met haar klanten naar de beste innovatieve verpakkingsooplossingen. Out-of-the-box, met creativiteit, kennis en ervaring. De oplossingen gericht op de uitstraling voor de klant, en langere houdbaarheid en betere bescherming van het product. Ook bij Bunzl Retail & Industry is duurzaamheid fundamenteel. In 2020 is Bunzl Retail & Industry beloond met de NL Packaging Awards 2020 voor hun EcoCoolBox®. Dit is een verpakkingsooplossing om verse voedselproducten mee te versturen, gemaakt van 100% gerecycled karton, plastic-vrij en CO₂-arm geproduceerd.

Coolpack

Al meer dan 50 jaar passie voor kwaliteit!

Coolpack, gevestigd te Assendelft, produceert en levert koelelementen. Dit doet zij al 50 jaar als nummer 1 van de wereld. Coolpack is de enige producent en leverancier van koelelementen en producent van gel-ice packs, gelpacks, hotpacks, foambricks, spongepacks, eutectische gastronom koelplaten, ijsplaten, vriesplaten en koelverpakkingen. Om nummer 1 te blijven, worden de hoogste kwaliteitseisen, betrouwbaarheids- en efficiëntienormen gesteld aan de dienstverlening en productie. Coolpack garandeert zeer korte levertijden en

speelt specifiek in op de wensen van haar klanten. De koelelementen van Coolpack worden door een groot, en nog steeds groeiend, aantal klanten gebruikt.

King

King maakt het verschil.

Gevestigd in Tiel, is King aanbieder van totaaloplossingen voor de facilitaire en medische wereld, in de gezondheidszorg, schoonmaakbranche, industrie en overheid. King biedt een assortiment van meer dan 50.000 artikelen, afgestemde IT-oplossingen, fijnmazige logistiek, scherpe tarieven en service tot aan de voorraadkast. King zet voor haar klanten graag een extra stap met innovatieve en geïntegreerde oplossingen op maat, waarmee zij de efficiëntie verhogen en onnodige kosten uit de keten halen. De grootste kracht van King vormen haar 180 toegewijde professionals. King heeft een uitgebreid MVO-programma en met haar volledig gecertificeerde logistiekcentrum van meer dan 14.000 m² (een van de grootste cleanrooms van Nederland), is King klaar voor de toekomst.

Janssen Packaging

Uw partner in eetail en retail packaging.

Janssen Packaging in Waalwijk is gespecialiseerd in verzendverpakkingen voor webshops. De deskundigheid van Janssen op het gebied van eetail- en retailverpakkingen zorgt ervoor dat webshops en/of fulfilmentorganisaties de extra aandacht krijgen die zij verdienen. Met het elf jaar jonge en enthousiaste team reageert Janssen snel en doeltreffend. Zij zetten hierbij in op betrouwbaarheid, flexibiliteit en snelle levertijden. En, het belangrijkste: dat allemaal met plezier. Janssen Packaging beschikt over een breed assortiment verzendverpakkingen die uitermate geschikt zijn voor de fashionbranche,

E-commerce en fulfilmentorganisaties. Aan deze partijen levert Janssen Packaging uit haar complete range verzendverpakkingen uit voorraad. Denk hierbij aan dozen, verzendzakken en overige verpakkingsmaterialen. Op het gebied van fulfilment levert Janssen Packaging eindloos karton, coldseal en opvulmaterialen.

Majestic Safety Products & Services

Majestic Safety Products & Services, hoofdzakelijk gevestigd in Spijkenisse, verhoogt en borgt de kwaliteit van persoonlijke beschermingsmiddelen. Zo draagt het bedrijf bij aan optimale arbeidsomstandigheden binnen Europa, door te luisteren naar de behoeften van de klanten en hen hierin te voorzien. Majestic is een internationaal opererende importeur en groothandel van persoonlijke beschermingsmiddelen (PBM) en levert haar producten via handelsrelaties aan de uiteindelijke eindgebruikers. Majestic is een officiële distributeur van meer dan 40 bekende A-merken en eigen merken in uiteenlopende prijsklassen, waarmee zij een compleet assortiment kan aanbieden. Haar totale aanbod is met deze merken uniek in de Benelux. Als specialist binnen haar vakgebied is Majestic zeer betrokken bij haar klanten, personeel en leveranciers. Dit komt voort uit haar teamspirit. Het team van Majestic is initiatiefrijk, trots en transparant.

De Ridder

Something Cool.

De Ridder Packaging uit Assendelft is al meer dan 25 jaar de specialist op het gebied van verpakkingen voor gekoeld transport. De Ridder heeft een standaard assortiment, maar luistert ook graag naar nieuwe uitdagingen en behoeften van haar klanten. Er worden namelijk ook adviezen gegeven

over de maatvoering en passen de materialen aan naar de gebruikte toepassing. Met haar ultramoderne machinepark heeft zij de mogelijkheid om gelpacks op maat te maken zodat iedere verzending de juiste koeling krijgt. Op het gebied van duurzaamheid worden er diverse materialen gebruikt zodat verpakkingen in zijn totaliteit (meer dan) voldoet aan de huidige milieueisen.

Quality Services

Grip op hygiëne.

Quality Services, hoofdzakelijk gevestigd te Wijchen, biedt duurzame oplossingen op maat als het gaat om hygiëne van sanitaire voorzieningen, keukens en vloeren. Daarbij beoogt het bedrijf niet alleen levering van producten, maar vooral ook de ontwikkeling van een lange termijn partnerschap met klanten. Dit partnerschap bestaat uit regelmatig contact, onderhoud en continue service. De service bestaat onder andere uit het leveren en monteren van diverse dispensers, periodiek onderhoud van sanitaire voorzieningen, levering van navullingen tot in de voorraadkast en volledige ontzorging vanuit het zogenoemde Eco Care Full Service Concept. Duurzame innovaties van QS zijn haar gepatenteerde Twinliner-systeem en het Eco Care Concept. Quality Services staat voor flexibiliteit, korte lijnen, transparantie, persoonlijke aandacht en service & kwaliteit.

Worldpack Trading B.V.

Service with Guts from Eindhoven!



GRI- contentindex

Disclosure 102: Algemene Disclosures

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
102-1	Naam van de organisatie	Over dit duurzaamheidsverslag	44
102-2	Activiteiten, merken, producten en diensten	Activiteiten en dienstverlening	14
102-3	Locaties van hoofdkantoren	Contactgegevens en adresgegevens	44
102-4	Operationele locaties	Supply chain	16
102-5	Eigendom en rechtsvorm	Contactgegevens en adresgegevens	44
102-6	Bediende markten	Activiteiten en dienstverlening	14
102-7	Schaal van de organisatie	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
102-8	Informatie over werknemers en andere medewerkers	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
102-9	Supply Chain	Supply chain	16
102-10	Significante veranderingen aan de organisatie haar Supply Chain	Supply chain	16
102-11	Voorzorgsprincipe en -benadering	Sociale en ecologische verantwoording leveranciers	33
102-12	Externe initiatieven	Believe	08
102-13	Lidmaatschap van verenigingen	Weglatingen	55
102-14	Verklaring van de hoogste bestuurder	Voorwoord door Jos	03
102-15	De belangrijkste impacts, risico's en kansen	De wereld rond Worldpack	18
102-16	Waardes, principes, standaarden en gedragsnormen	Worldpack	06
102-18	Bestuursstructuur	Bunzl Nederland en organisaties	46

Disclosure 102: Rapportagepraktijken

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
102-40	Lijst met stakeholdersgroepen	Niet van toepassing	
102-41	Collectieve arbeidsovereenkomsten	Weglatingen	55
102-42	Stakeholders identificeren en selecteren	De belangen van stakeholders	22
102-43	Benadering van stakeholders binding	De belangen van stakeholders	22
102-44	Belangrijkste onderwerpen en zorgen	De belangen van stakeholders	22
102-45	Entiteiten inbegrepen in de geconsolideerde financiële statements	Zie Bunzl Annual Report 2020 (https://www.bunzl.com/~media/Files/B/Bunzl-PLC/reports-and-presentations/ar-2020.pdf)	
102-46	Het definiëren van rapport inhoud en onderwerpsgrenzen	De belangen van stakeholders	22
102-47	Lijst van materiele onderwerpen	De belangen van stakeholders	22
102-48	Herformulering van de informatie	Weglatingen	55
102-49	Veranderingen in de rapportageproces	Weglatingen	55
102-50	Rapportageperiode	Termijn	44
102-51	Datum van meest recente rapportage	Weglatingen	55
102-52	Rapportagecyclus	Over dit duurzaamheidsverslag	44
102-53	Contactpunt voor vragen met betrekking tot het rapport	Contactgegevens en adresgegevens	44
102-54	Claims of rapportering in overeenstemming met de GRI-standards	GRI-claim	44
102-55	GRI-Inhoudsindex	GRI-inhoudsindex	44
102-56	Externe assurantie	Weglatingen	55

Disclosure 103: Management benadering

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
103-1	Uitleg van de materiele onderwerpen en de grenzen	Worldpacks impact	22
103-2	De managementbenadering en zijn componenten	Worldpacks impact	22
103-3	Evaluatie van de managementbenadering	Worldpacks impact	22

Disclosure 302: Energie

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
302-1	Energieverbruik binnen de organisatie	Energieverbruik	24
302-2	Energieverbruik buiten de organisatie	Energieverbruik	24
302-3	Energie intensiteit	Energieverbruik	24
302-4	Reductie van energieverbruik	Energieverbruik	24
302-5	Vermindering van de energiebehoefte van producten en diensten	Energieverbruik	24

Disclosure 305: Uitstoot

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
305-1	Directe broeikasgasuitstoot	CO ₂ uitstoot	25
305-2	Indirecte broeikasgasuitstoot	CO ₂ uitstoot	25
305-3	Andere indirecte (Scope 3) GHG-uitstoot	CO ₂ uitstoot	25
305-4	Broeikasgas uitstoot intensiteit	CO ₂ uitstoot	25
305-5	Reductie van broeikasgasuitstoot	CO ₂ uitstoot	25
305-6	Uitstoot van ozonafbrekende stoffen (ODS)	Weglatingen	55
305-7	Stikstofoxiden (NOX), zwaveloxiden (SOX) en andere significante luchtuitstoot	Weglatingen	55

Disclosure 306: Afval

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
306-1	Afvalproductie en aanzienlijke afval gerelateerde impacts	Verpakkingsmaterialen en afval	27
306-2	Management van significante afval-gerelateerde impacts	Verpakkingsmaterialen en afval	27
306-3	Gegenereerd afval	Verpakkingsmaterialen en afval	27
306-4	Afval dat niet wordt verwijderd	Verpakkingsmaterialen en afval	27
306-5	Afval dat moet worden verwijderd	Weglatingen	55

Disclosure 403: Gezondheid en veiligheid op het werk

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
403-1	Managementsysteem voor gezondheid en veiligheid op het werk	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
403-2	Identificatie van gevaren, risicobeoordeling en incidentonderzoek	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
403-3	Bedrijfsgezondheidsdiensten	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
403-4	Werknemersparticipatie, overleg en communicatie over gezondheid en veiligheid op het werk	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
403-5	Opleiding van werknemers over gezondheid en veiligheid op het werk	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
403-6	Bevordering van de gezondheid van werknemers	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
403-7	Preventie en beperking van gevolgen voor de gezondheid en veiligheid op het werk die rechtstreeks verband houden met zakelijke relaties	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
403-8	Werknemers die vallen onder een beheersysteem voor gezondheid en veiligheid op het werk	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31
403-9	Werk gerelateerde verwondingen	Gezondheid en veiligheid van werknemers	31

Disclosure 414: Sociale beoordeling leveranciers

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
414-1	Nieuwe leveranciers die werden gescreend op sociale GRlriteria	Sociale en ecologische verantwoording leveranciers	33
414-2	Negatieve sociale impacts in de toeleveringsketen en genomen maatregelen	Sociale en ecologische verantwoording leveranciers	33

Disclosure 418: Klantprivacy

Disclosure	Omschrijving	Verwijzing	Pagina
418-1	Onderbouwde klachten over inbreuken op de privacy van klanten en het verlies van klantgegevens	Databeveiliging	33

Weglatingen

Disclosure	Omschrijving	Reden van weglaten	Toelichting
102-13	Lidmaatschap van verenigingen	Niet van toepassing	Er zijn geen noemenswaardigheden onder lidmaatschappen van verenigingen.
102-41	Collectieve arbeidsovereenkomsten	Niet van toepassing	Er zijn geen werknemers die onder een CAO vallen.
102-48	Herformulering van de informatie	Informatie niet beschikbaar	Dit duurzaamheidsverslag is de 1e editie waardoor er geen herformulering kan plaatsvinden ten opzichte van een eerder verslag.
102-49	Veranderingen in de rapportage	Informatie niet beschikbaar	Dit duurzaamheidsverslag is de 1e editie waardoor er geen veranderingen kunnen plaatsvinden ten opzichte van een eerder verslag.
102-51	Datum van meest recente rapportage	Informatie niet beschikbaar	Dit duurzaamheidsverslag is de 1e editie waardoor er geen datum van een eerdere rapportage beschikbaar is.
102-56	Externe assurantie	Niet van toepassing	Aan deze Disclosure is geen invulling gegeven. Er is namelijk geen gebruik gemaakt van externe assurantie omdat dit, gezien de relatief geringe bedrijfsomvang, tegenover de bijkomende kosten en tijdsbesteding niet genoeg waarde aan het verslag toevoegt. Er mag aangenomen worden dat alle in dit verslag gepubliceerde informatie correct en betrouwbaar is.
305-6	Uitstoot van ozonafbrekende stoffen (ODS)	Niet van toepassing	Er zijn geen ozonafbrekende stoffen (ODS) in beheer, gebruik of verhandel bij Worldpack.
305-7	Stikstofoxiden (NOX), zwaveloxiden (SOX) en andere significante luchtuitstoot	Informatie niet beschikbaar	Er is geen informatie verzameld voor de stikstofoxiden (NOX), zwaveloxiden (SOX) en andere significante luchtuitstoot.
306-5	Afval dat moet worden verwijderd	Niet van toepassing	Bij de bedrijfsprocessen van Worldpack wordt er geen afval gegenereerd dat verwijderd moet worden.

