



Prix pour le Meilleur Rapport de Développement Durable | Prijs voor het Beste Rapport Duurzaam Ondernemen

Correspondent
Olivier COSTA
o.costa@ibr-ire.be

Datum
5 juni 2009

Geachte Confrater,

Betreft : Belgische Prijs voor het Beste Rapport Duurzaam Ondernemen over het jaar 2008

Het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (IBR) organiseert met de steun van BUSINESS & SOCIETY BELGIUM, KAURI en Université Catholique de Louvain de Prijs voor het Beste Rapport Duurzaam Ondernemen. De Prijs wordt voor de 11^{de} keer georganiseerd.

Het Instituut van de Bedrijfsrevisoren streeft naar een blijvend groeiende bewustwording bij organisaties om een maatschappelijk jaarverslag, *sustainability* rapport of een rapport Duurzaam Ondernemen, wat allemaal synoniemen zijn van elkaar, op te stellen, of om de kwaliteit ervan aanzienlijk te verbeteren.

Bedrijfsrevisoren zijn via de opdrachten die ze vervullen heel nauw betrokken bij de informatie die door ondernemingen en verenigingen aan het maatschappelijk verkeer wordt verstrekt.

Immers, niet alleen de financiële informatie over de organisatie maar ook het bekendmaken van de betrokkenheid van deze bij sociale aspecten binnen de organisatie, maatschappelijk welzijnsaspecten ("*community*"), en hun streven om als organisatie hun impact op het milieu en energievoorziening te beperken en te verantwoorden, als bedrijf, zijn belangrijk. Dit noemt men vaak de niet-financiële prestatie-indicatoren.

Om een beter zicht te hebben op het aantal Belgische ondernemingen die een milieujaarverslag opmaken, richt het Instituut zich tot zijn leden. Enerzijds bent u als bedrijfsrevisor in rechtstreeks contact met de Belgische ondernemingen en andere entiteiten en, anderzijds, dient de certificering van verslagen over duurzaam ondernemen te worden beschouwd als een revisorale activiteit die uit ons specialisatiedomein voortvloeit.

Het Instituut van de Bedrijfsrevisoren wil de ondernemingen en andere entiteiten dan ook aansporen om naast hun financieel-economische gegevens ook een rapportering uit te brengen over hun niet-financiële prestaties. Deze rapportering moet toelaten dat elkeen, ook de niet technisch geschoolden, de gegeven informatie kan waarderen.

/...



IBR-IRE

Instituut van de Bedrijfsrevisoren
Institut des Réviseurs d'Entreprises
Rue d'Arenbergstraat 13 - Bruxelles 1000 Brussel
TEL 02 512 51 36 - FAX 02 512 78 86
E-MAIL info@ibr-ire.be - www.ibr-ire.be



LOUVAIN
School of Management



BUSINESS



SOCIETY BELGIUM



Prix pour le Meilleur Rapport | Prijs voor het Beste Rapport
de Développement Durable | Duurzaam Ondernemen

Het Instituut van de Bedrijfsrevisoren heeft tot doel de Prijs uit te reiken voor het Beste rapport Duurzaam Ondernemen voor 2008, en desgevallend (indien er voldoende kandidaten zijn) het beste rapport als starter en het beste rapport als kleine en middelgrote entiteit of de NGO's.

In bijlage zijn de criteria opgenomen voor de beoordeling van de verslaggevingsgrondslagen en de inhoud van het rapport duurzaam ondernemen.

Elke onderneming of entiteit die een exploitatiezetel in België heeft en die een rapport met betrekking tot Duurzaam Ondernemen over haar activiteiten in België en in het buitenland opmaakt, kan aan deze wedstrijd deelnemen.

Het rapport Duurzaam Ondernemen kan ofwel een afzonderlijke publicatie zijn, ofwel een geïntegreerd onderdeel vormen van het gewone jaarverslag.

Het rapport duurzaam ondernemen mag eveneens entiteiten betreffen die geen ondernemingen zijn waarin u opdrachten uitvoert (vzw, NGO, overheden, enz.).

De Jury van de wedstrijd is samengesteld uit leden van het Instituut van de Bedrijfsrevisorenwerkgroep *Sustainability* en prominente externe specialisten.

Het winnende rapport zal voorgesteld worden aan de *European Sustainability Reporting Association (ESRA)* die als doel heeft om de beste rapporten duurzaam ondernemen in Europa te promoten (www.sustainabilityreporting.eu).

Om te kunnen deelnemen volstaat het om vóór 31 juli aanstaande één kopie in te zenden van het rapport Duurzaam Ondernemen van uw klant per e-mail in .pdf formaat t.a.v. de heer Olivier COSTA (o.costa@ibr-ire.be).

Uw klant of uzelf kan eveneens bij hem terecht voor eventueel bijkomende informatie.

De Belgische prijs zal op 29 oktober 2009 worden uitgereikt ter gelegenheid van een conferentie die in samenwerking met BUSINESS & SOCIETY BELGIUM (www.businessandsociety.be), KAURI (www.kauri.be) en Université Catholique de Louvain (www.uclouvain.be) georganiseerd wordt.

Wij danken u om deze wedstrijd bekend te maken bij uw klanten.

Met confraternele groeten,

Pierre DUBERGER
Voorzitter van het IBR

Bijlage: Beoordelingscriteria



IBR-IRE

Instituut van de Bedrijfsrevisoren
Institut des Réviseurs d'Entreprises
Rue d'Arenbergstraat 13 - Bruxelles 1000 Brussel
TEL 02 512 51 36 - FAX 02 512 78 86
E-MAIL info@ibr-ire.be - www.ibr-ire.be



LOUVAIN
School of Management



The ESRA criteria

The ESRA criteria have been divided into two parts -

1. Contents (35%)
2. Reporting Principles (65%)

The percentage between the criteria has been decided by the Belgian organisers.

Contents

The contents section makes up 35% of the marks and is sub-divided into six sections:

1. Senior management statement (5%)
2. Reporting and accounting policies (5%)
3. Profile of reporting organisation (5%)
4. Executive summary and key indicators (5%)
5. Vision and strategy (5%)
6. Policies, organisation, management systems and stakeholder relationships (5%)
7. Performance (5%)

Reporting Principles

The reporting principles section makes up 65% of the marks and is sub-divided into eight sections:

- | | |
|--------------|--------------------------|
| Principle 1. | Relevance (5%) |
| Principle 2. | Reliability (5%) |
| Principle 3. | Clarity (5%) |
| Principle 4. | Comparability (5%) |
| Principle 5. | Timeliness (5%) |
| Principle 6. | Completeness (5%) |
| Principle 7. | Verifiability (5%) |
| Principle 8. | Overall impression (30%) |

The criteria can be applied to both environmental and sustainability reports. The sections of the revised ESRA criteria are described more fully below.

PART ONE: CONTENTS (35%)

1. Senior management statement (5%)

- 1.1 Commitment to economic and/or social and/or environmental goals by leadership
- 1.2 Major challenges for the business in terms of integrating responsibilities for financial performance with economic and/or social and/or environmental, along with the implications of this on future business strategy

2. Reporting and accounting principles (5%)

- 2.1 How has the data been obtained
- 2.2 Major underlying assumptions made
- 2.3 Explanation of the limitations in the accuracy of the data

3. Profile of reporting organisation (5%)

- 3.1 General profile (for example: major products and services, countries of operation, nature of ownership)
- 3.2 Organisation context (for example: number of employees, scale of activities, net sales, total assets)
- 3.3 Coverage of report (region, services, facilities, joint ventures, subsidiaries)
- 3.4 Contact persons for report including e-mail and web addresses
- 3.5 Significant changes in size, structure, ownership, or products/services that have occurred during the reporting period
- 3.6 Public accessibility and how to obtain report(s).

4.0 Executive summary and key indicators (5%)

- 4.1 Highlights of report and commitment to targets
- 4.2 Performance against benchmarks (economic and/or social and/or environmental), previous years performance, targets and industry sector norms

5.0 Vision and strategy (5%)

- 5.1 The reporting organisation is asked to set out its vision and discuss how that vision integrates economic and/or environmental and/or social performance (for example: long-term vision of sustainability, a discussion of challenges and obstacles that lay ahead, an explanation of how economic and/or social and/or environmental values intersect and are balanced in the organisation).

6.0 Policies, organisation, management systems and stakeholder relationships (5%)

- 6.1 Policies and organisation (for example: policies pertaining to economic and/or social and/or environmental issues, application of guidance and/or standards such as CEFIC, GRI, ISO 14000 and EMAS, organisational structure and responsibilities (board of directors, senior management, special staff, operating staff, committees and councils).
- 6.2 Management systems (for example: risk assessment, internal audits, compliance, supply chain/outsourcing issues, employee training, approaches to measuring and monitoring data, environmental accounting and auditing, programmes and procedures pertaining to economic and/or environmental and/or social performance).
- 6.3 Stakeholder relationships (for example: basis for definition and selection of major stakeholders, approaches to stakeholder consultation, type of information generated by stakeholder consultations, use of stakeholder feedback).

7.0 Performance (5%)

- 7.1 Key parameters (absolute data) and rationale for choosing them
 - Environmental data
 - Social data
 - Economic data
- 7.2 Key ratio (normalised) data, including integrated indicators
 - Environmental data
 - Social data
 - Economic data
- 7.3 Targets including their achievement/non achievement with explanations, setting of future targets with explanations
 - Environmental data
 - Social data
 - Economic data
- 7.4 Benchmarking (historical trends, comparison with best practice and industry norms/peers, performance against regulatory requirements)
 - Environmental data
 - Social data
 - Economic data

PART TWO: REPORTING PRINCIPLES (65%)

The qualitative characteristics of reporting, now part of the ESRA criteria, serve to enhance the credibility of reported data and are intended to make information as relevant as possible for stakeholders. The following eight reporting principles are judged:

Principle 1. Relevance (5%)

To be useful, information must be *relevant* to the decision-making needs of user groups, recognising their diverse expectations and needs. Relevance may be determined by stakeholder or by external parties.

Principle 2. Reliability (5%)

Information is reliable when it is free from bias and material error. The reliability characteristic is supported by a number of other characteristics such as valid description, substance, neutrality, completeness, and prudence.

Principle 3. Clarity (5%)

Reporting organisations are asked to ensure that their reports are understandable to a wide range of stakeholders. Stakeholder engagement and feedback may be used to test clarity.

Principle 4. Comparability (5%)

To enable monitoring and benchmarking, organisations should aim for consistency in both the form and content of reporting over time. This will enable stakeholder to compare performance against previous years and other organisations.

Principle 5. Timeliness (5%)

To give stakeholders prompt notice of outcomes and trends, reporters are asked to report on a regular cycle. Whatever approach is selected, reliable comparative data should be provided to enable informed comparison over time.

Principle 6. Completeness (5%)

All significant environmental (social and financial) aspects should be addressed, which may imply considering the whole product life cycle. Cherry picking of selected issues is not considered adequate for giving a true and fair view on sustainability aspects and impacts to the external reader.

Principle 7. Verifiability (5%)

The inclusion of a verification statement is an important aspect of report credibility. Issues to consider are: remit and scope, indication of site visits and site specific testing, use of verification standards and guidance literature (for example: IDW, FEE, GRI)

Principle 8. Overall impression (30%)

This criterion has been considered as the most important by the organisers of the event. The extent to which the report communicates to the declared target audiences should be evaluated. Issues to consider are: layout and appearance, comprehensive navigation through report, communication and feedback mechanisms, use of internet, appropriateness of graphs, illustrations and photos, understandability, readability, accessibility and appropriate length. The relevance of the topics addressed to the stakeholders is of great importance.