

Get up!

Het maandblad voor duurzaam ondernemen

duurzaam beheer

Nr. 0

Naar \$ 115 per vat, de beste manieren om uw factuur te beperken
Verlegt Wal-Mart zijn grenzen?

- **CO₂-neutraal:** compenseer uw uitstoot
- **Financieel directeur:** optimaliseer uw duurzame portefeuille
- **ISO 9001:** kwaliteit brengt op
- **Textiel:** iedereen wint door de ILO-conventies te respecteren
- **VW Blue Motion** 9% minder brandstof
- **Ontmoeting met Mick Bremans** - CEO van Ecover
- **KMO:** groot personeelsverloop = alarmsignaal

JUNI 2007



BOUWNIJVERHEID:
de opkomst van
energiebeheersing

Get up!

Eind september zal een origineel en uniek economisch maandblad het levenslicht zien. Dit blad, dat **Get up!** werd gedoopt, zal gewijd zijn aan duurzaam beheer in ondernemingen en is bedoeld voor kleine, middelgrote en grote ondernemingen en voor de economische wereld in het algemeen.

De inhoud

In de maandelijks tweetalige uitgaven (NL en FR) zal Get up! zich wijden aan het voorstellen, illustreren, analyseren, confronteren en promoten van de verschillende modellen van duurzaam beheer waarmee een onderneming zich economisch kan versterken. Het is onder andere de bedoeling om vanuit een gedocumenteerd, gestaafd en praktisch standpunt de uitdagingen te benaderen waarmee bedrijven vandaag te kampen hebben door de evolutie van economische, energiegerelateerde, ecologische, maatschappelijke en sociale problemen. De ambitie van Get up! is de bedrijven hulpmiddelen aan te reiken om deze uitdagingen op een duurzame manier te kunnen aangaan.

Doel

- **Doelpubliek:** kaderleden en bestuurders van kleine, middelgrote en grote ondernemingen uit allerhande sectoren, institutionele en academische kringen.
- **Verspreiding:** gericht tot kaderleden & bestuurders behorende tot het doelpubliek.
Get up! geniet vanaf zijn lancering in september van het gecumuleerde publiek van de huidige abonnees op de economische uitgaven van het Agentschap Alter en Orena.
- **Geografische verspreiding:** nationaal.
- **Oplage:** 10.000 exemplaren: 6.000 NL en 4.000 FR – CIM-echtverklaring voorzien.
- **Verdeling:** Get up! zal worden verdeeld in 8.000 bedrijven (2.000 grote bedrijven en 6.000 KMO's). De 2.000 andere exemplaren zijn voorbehouden voor de stakeholders (academische kringen, overheid, vakbonden, NGO's...).

Planning van verschijningen

Elke maand vanaf september (met uitzondering van juli, augustus en januari). Vijf maandbladen van 44 pagina's of meer, en in september, december, maart en juni, een Get up! waarin meerdere thema's aan bod komen en die in totaal 68 pagina's zal tellen!

Technische gegevens

- **Formaat:** A4 - 48 tot 72 pagina's
- **Drukprocédé:** offset plano.
- **Papier:** pagina's binnenkant, 100 gr gestreken papier – Voorblad, 170 gr gestreken, chloorvrij gebleekt papier, FSC-gecertificeerd
- **Te leveren materiaal:** PDF-bestand geschikt voor offsetdruk, i.e. met een resolutie van 300 dpi, te leveren via e-mail minimum 2 weken voor publicatie (meer gedetailleerde technische fiche op aanvraag).



Partners

Get up! geniet de steun van partners die zich engageren voor het promoten en ontwikkelen van duurzame economie. Onder deze partners zijn er ten minste 5 ondernemingen met nationale bekendheid waarvan de praktijken aantonen dat ze zich werkelijk inspannen voor duurzaam beheer. Het gaat om bedrijven die een voortrekkersrol spelen of die vastberaden zijn om deze duurzaamheidsconcepten elke dag een beetje meer in hun praktijken te integreren en die er zich toe verbinden Get up! te ondersteunen in zijn ambities. Het Agentschap Alter vzw ontwikkelt sinds 1995 een vernieuwende aanpak van de professionele pers met uitgaven als *Alter Business News* en *Alter Echos*. Orena NV is al meer dan 60 jaar actief in de uitgeverwereld met titels als *La Chronique*, *Le Marché-De Markt* en, sinds pas, *Gastromania*. Get up! steunt op een tweetalig redactieteam dat een vijftiental journalisten telt en dat meer dan zes jaar ervaring heeft in het domein. Dit team staat onder leiding van Pierre Biélande (hoofdredacteur).

Ethisch handvest

Get up! valt onder de economische pers en is een project dat volledig kadert in de duurzaamheidslogica. Get up! kijkt ernaar uit om samen te werken met adverteerders die producten, diensten, merken of ondernemingen promoten die een sterke affiniteit hebben met zijn redactionele inhoud, dit om een meerwaarde te bieden op ethisch, ecologisch, sociaal en maatschappelijk vlak en om duidelijke aandacht te schenken aan de duurzaamheidsprincipes. Get up! onderschrijft de Belgisch Milieureclamecode en het Noorse handvest van de Nationale raad voor ethiek (verwijzingen naar deze documenten op aanvraag),

- en weigert reclame te publiceren voor bedrijven die de mensenrechten niet respecteren;
- ernstige en herhaaldelijke aanslagen op het milieu hebben gepleegd;
- zijn veroordeeld voor ernstige corruptie;
- behoren tot de sectoren oliewinning, wapens en tabak.

*Wees aanwezig in
het maandblad voor
duurzaam ondernemen*

DE RUBRIEKEN

Actualiteit & trends (12 p.)

- **Actua & technologie:** de actualiteit van de maand inzake duurzame bedrijfspraktijken, duurzame technologieën, de uitdagingen in cijfers...
- **Producten & diensten:** producten en diensten die een verbetering teweegbrengen.situation.

Sector (6 p.)

- De analyse van een activiteitensector (industrie of dienst) op het gebied van duurzame ontwikkeling. Beschrijving van problemen, de impact van praktijken, identificatie van de sectoren die het verst gaan in hun duurzaamheidsinspanningen.
- **Doorgedreven onderzoek:** om te kunnen beschikken over een grondig inzicht in de uitdagingen en praktijken van sectoren werken we samen met Vigeo, Europees leider op het gebied van niet-financiële ratings.

Instrumenten (7 p.)

- ISO, Emas, milieurapportering... elke maand worden drie instrumenten die helpen streven naar een duurzamer beheer ontleed, geanalyseerd en met voorbeelden geïllustreerd.

In de praktijk (4 p.)

- **De uitdaging bekeken in de praktijk:** hoe meer duurzaamheid integreren in diverse beroepen en functies: industrieel architect, energieauditor, KMO-directeur, aankoopverantwoordelijke, personeelsdirecteur, financieel directeur, MVO-verantwoordelijke...

Dossier 1: Actie (4 p.)

- De grote uitdagingen op het gebied van duurzaamheid behandeld op een constructieve manier. Identificatie van uitdagingen, speelruimte voor bedrijven, potentiële oplossingen.
- **Voorbeelden:** duurzaam bouwen of renoveren; rekrutering: behoeften versus maatschappelijke belangen (diversiteit, multiculturaliteit, 50-plussers, enz.).

Dossier 2: Reflectie (3 p.)

- Een bredere kijk op de evolutie van ecologische, sociale, economische, energie- en maatschappijgerelateerde problemen.
- Bv. mondialisering: hoe kan een onderneming sociaal duurzaam zijn; de uitputting van fossiele hulpbronnen; de vergrijzing van de bevolking.

Analyse (5 p.)

- De confrontatie van concepten met de realiteit op het terrein, de grenzen van de duurzame aanpak, netelige kwesties, hoe gaan bedrijven om met hun potentieel en de risico's?
- **Portret:** een man, een vrouw of een bedrijf.
- **Groene mobiliteit:** VW Blue Motion, autodelen, mobiliteitsplannen, brandstoffen, motoren, diensten: elke maand een idee voor een groenere mobiliteit.
- **Confrontatie:** ideeën, standpunten worden tegenover elkaar geplaatst:
- **Casestudy:** een bedrijf onder de loep om risico's en opportuniteiten te identificeren.
- **Boeken:** een boek, een benadering: de synthese, de meerwaarde...

Project (12 p.)

- Elke maand 3 à 4 specifieke projecten voor een duurzamer beheer.
De thema's: energie, milieu, maatschappij, personeelsbeheer, duurzaam of ethisch financieel beheer...



Contacten

Didier Mulders – Edgard Malschalck – sa Orena nv
T 02 216 20 65 – F 02 245 28 37 – d.mulders@orena.be – e.malschalck@orena.be
Bld Lambertmontlaan 140 – Bruxelles 1030 Brussel – www.get-up.be (in opbouw)

Het Renson-gebouw aan de Maalbeekstraat 10 te Waregem is één van de eerste eco-energetische gebouwen van België, gebouwd volgens het Healthy Building Concept.