



CSR-CASE: BLUEPACK

ET FÆLLES UDGANGSPUNKT FOR SAMARBEJDE

- Fordi vores indiske leverandør nu aktivt arbejder med CSR, er loyaliteten blandt de lokale medarbejdere steget markant på alle niveauer. Vores leverandør er en attraktiv arbejdsgiver i lokalsamfundet, og det kan også mærkes på effektiviteten, Poul Strandmark, adm. direktør i Bluepack A/S

Bluepack er en mindre fynsk virksomhed med 15 ansatte og en omsætning på ca. 75 mio. kr. Virksomheden specialiserer sig i levering af forskellige former for certificerede emballageløsninger til industrien, og lægger stor vægt på klassiske CSR-værdier; herunder sikring af ordentlige arbejdsforhold. På hovedkontoret i Odense arbejder man ud fra deisen; *hvis man behandler medarbejderne godt, så behandler de også virksomheden godt.*

Deisen er samtidigt kendetegnende for den generelle Code of Conduct, som Bluepack arbejder efter.

- Flere af vore kunder har forpligtet sig til at følge de normer som er skitserede af UN Global Compact. Som leverandør arbejder vi efter en særlig Code of Conduct, som betyder at vi også skal kunne redegøre for arbejdsforholdene hos vore udenlandske samarbejdspartnere, idet de, som led i værdikæden, er med til at tegne helhedsbilledet af virksomheden, siger adm. direktør, Poul Strandmark.

Arbejdsforholdene i lande som Indien er ofte særligt udsatte for fordomme, og derfor havde Bluepack et ønske om at få foretaget en egentlig verificering af tilslutningen til CSR-standarder hos såvel nuværende som potentielle samarbejdspartnere i Indien.

Et møde med én af den danske ambassade i New Delhis medarbejdere blev startskuddet til et længerevarende og udbytterigt samarbejde, hvor ambassaden i første omgang fik til opgave at udarbejde en række CSR-rapporter der belyste de basale forhold.

Med udgangspunkt i disse rapporter tilrettelagde ambassaden dernæst en CSR-workshop med deltagelse af repræsentanter fra Bluepack og udvalgte indiske leverandører. Workshopen havde til formål at få parterne til i fælleskab at udvikle og definere et etisk regelsæt for de indiske leverandørers virke og lave konkrete planer for selve implementeringen af dette regelsæt.

På baggrund heraf bistod ambassaden efterfølgende med udvikling af træningsmateriale, teknikker og værktøjer samt afvikling af træningssessioner i forbindelse med implementering hos de indiske leverandører. Over de næste seks måneder fulgte ambassaden jævnlige op på forholdene hos de indiske leverandører for at

sikre fortsat tilslutning til det fælles regelsæt.

I forhold til samarbejdet med ambassaden er Poul Strandmark særdeles tilfreds, og ser en stor konkurrencemæssig fordel ved det aktive arbejde med CSR.

- Det, at vi aktivt arbejder med CSR, og kan dokumentere forholdene hos vore samarbejdspartnere, har i mange tilfælde vist sig at være afgørende for om en kunde vælger os til eller fra som leverandør, siger Poul Strandmark.

Desuden påpeger Poul Strandmark, at virksomhedens rolle, som lokal frontløber for aktiv håndhævelse af CSR-værdier, har bidraget til at gøre deres indiske samarbejdspartner til en mere attraktiv arbejdsgiver i lokalsamfundet.

- Fordi vores indiske leverandør nu aktivt arbejder med CSR, er loyaliteten blandt de lokale medarbejdere steget markant på alle niveauer. Vores leverandør er en attraktiv arbejdsgiver i lokalsamfundet, og det kan også mærkes på effektiviteten, siger Poul Strandmark.

Desuden har såvel Bluepack som den indiske leverandør opnået en stor markedsføringsmæssig værdi, der aktivt anvendes overfor nye og nuværende kunder.