

Banken geven duurzame (haven)bedrijven duwtje in de rug

27 november om 12:48

Bedrijven die het goed doen op het vlak van duurzaamheid, kunnen van de bank een lagere intrestvoet krijgen voor een lening. Volgens de financiële sector moeten bedrijven duurzaamheid zien als een opportuniteit in plaats van een bedreiging.



Duurzaamheid was het thema van het zesde BNP Paribas Fortis café dat eerder deze maand plaatsvond in de Universiteit Antwerpen. Aan het event namen 54 vertegenwoordigers uit de havensector deel. Volgens Wilfried Remans, director CSR & Public Affairs van BNP Paribas Fortis, is duurzaamheid een nieuwe businessopportuniteit en geen bedreiging. Bedrijven moeten wel alle medewerkers in het verhaal betrekken.

De financiële sector speelt een rol in het stimuleren van duurzaamheid bij bedrijven. Banken bieden bedrijven die het goed doen op het vlak van duurzaamheid een lagere intrestvoet op leningen, aldus Remans.

Havenbedrijven en duurzaamheid

Uit een enquête bij bedrijven uit de haven- en logistiekketen blijkt dat de sector vaak beter scoort op het vlak van duurzaamheid dan andere sectoren. Ongeveer 60% zegt over een duurzaamheidscoördinator te beschikken. Ze laten echter vaak na duurzaamheidsinitiatieven te monitoren en erover te communiceren.

Bijna 90% vindt het een extra investering waard. Ongeveer 46% verwacht dat de klanten daardoor meer zullen betalen.

Zo'n 89% van de respondenten gelooft dat inzetten op duurzaamheid de eigen medewerkers motiveert en 86% denkt dat men hierdoor kwaliteitsvolle medewerkers kan aantrekken.

Bij de leveranciers is de kennis over duurzaamheid dan weer ver te zoeken. Dat is volgens de bevroagden een actiepoint.

De belangrijkste drempels die bedrijven ervan weerhouden om de activiteiten te verduurzamen zijn tijd, investeringen en de vrees voor concurrentie van niet-duurzame bedrijven.

Nieuw businessmodel

De ondervraagde bedrijven zijn ervan overtuigd dat een duurzaam businessmodel nodig is om zich te onderscheiden van andere bedrijven en voor een havengemeenschap op zich. Zo'n businessmodel moet duidelijke doelstellingen omvatten en zorgen voor 'awareness' op het vlak van duurzaamheid, zowel intern als extern. Het moet tot stand komen via samenwerking tussen alle actoren.

Uit een vragenronde tijdens het event blijkt dat bedrijven concreet willen samenwerken voor een aantal commercieel niet-gevoelige issues zoals energie, afval, mobiliteit, douane, IT en luchtkwaliteit.

Koen Heinen