

Monkey Business

Stichting Monkey Business zet zich in voor het behoud van de orang-oetan en zijn leefgebied, de tropische regenwouden van Borneo en Sumatra. Dit doet Monkey Business onder andere door geld in te zamelen met leuke acties en evenementen, waarvan de opbrengsten worden gebruikt om lokale projecten ter bescherming van de orang-oetan en het regenwoud te ondersteunen. Daarnaast creëert de Stichting in Nederland bewustwording over de oorzaken van de bedreiging van de orang-oetan en probeert handelingsperspectieven te bieden.

De filosofie is 'Feel Good, Do Good'; Monkey Business brengt de problematiek op een positieve manier onder de aandacht. Door vernieuwend, creatief en met positieve, frisse geest te werken, onderscheidt Monkey Business zich van andere organisaties en bereikt samen met ambassadeurs Nicolette Kluijver, Egbert Jan Weeber en DJ Terry Toner als geen ander de jongere generatie.

Dit project richt zich op het (MKB) bedrijfsleven. Monkey Business koppelt een tiental bedrijven in drie sessies aan elkaar om gezamenlijk winnende antwoorden te vinden op gemeenschappelijke uitdagingen rondom het gebruik van duurzame palmolie. Het doel is om het gebruik van duurzaam geproduceerde palmolie in Nederland te verhogen en om de consument handelingsperspectief te bieden. We beschouwen de deelnemers als koplopers en zullen hen ook als zodanig naar voren schuiven op onze website en in eventuele vervolgcampagnes.

Meer informatie over Stichting Monkey Business is te vinden op www.stichtingmonkeybusiness.nl. Daarnaast wordt er momenteel gewerkt aan een interactieve website over duurzame palmolie.



Palmolie

Palmolie is de meest gebruikte plantaardige olie ter wereld en kent vele toepassingen. Het zit in circa 60% van de producten in de supermarkt. De olie wordt gebruikt bij de bereiding van diverse levensmiddelen zoals ijs, margarine en koekjes, maar bijvoorbeeld ook in lippenstift, zeep en biodiesel. Bijna 90% van de productie vindt plaats in Indonesië en Maleisië, waar de orang-oetan nu nog voorkomt. Om de vele oliepalmlandages aan te kunnen leggen, worden oerbossen gekapt en in brand gestoken.

RSPO

Vanwege de veelzijdigheid is palmolie een van de belangrijkste vetsoorten in de voedingsmiddelen industrie. De vraag naar palmolie zal in de toekomst alleen maar toenemen. Duurzaam geproduceerde palmolie is het belangrijkste alternatief. RSPO staat voor de "Round Table of Sustainable Palm Oil". Dit is een internationaal platform van waaruit maatschappelijke organisaties, industrie en retail de wereldwijde palmolieproductie duurzaam maken. Duurzaam gecertificeerde palmolie wordt geproduceerd onder gecontroleerde omstandigheden om zo min mogelijk schade te berokkenen aan mens, dier en milieu. Voor meer informatie zie www.rspo.eu of www.rspo.org.



Drie kosteloze werksessies van inspiratie, cases en concrete handvaten voor duurzame palmolie en MVO marketing

De vraag naar duurzaam geproduceerde diensten en producten neemt steeds meer toe. Daadwerkelijke veranderingen die het behoud van natuurlijke ecosystemen en hulpbronnen stimuleren worden inmiddels door vele sectoren omarmd. Daarnaast zijn er steeds meer bedrijven die duurzaam ondernemen opnemen in de bedrijfsstrategie en ook kans zien zich hiermee te positioneren ten opzichte van de massa. De consument wordt immers steeds kritischer.

De niet duurzame productie van palmolie heeft grote gevolgen voor tropische oerbossen en daarmee voor vele plant- en diersoorten zoals de orang-oetan, die met uitsterven wordt bedreigd. Daarom organiseert Stichting Monkey Business een inspirerend leertraject en marketingcursus over duurzame RSPO gecertificeerde palmolie en alternatieven voor palmolie. Het doel is om via kennisuitwisseling het gebruik van duurzaam geproduceerde palmolie of vervangers te vergroten bij handelaren, fabrikanten en detaillisten. We doen dit door samen een verduurzamingstraject in te zetten en dit te vertalen naar de praktijk.

In drie bijeenkomsten worden kennis en ideeën uitgewisseld over de verduurzaming van de palmolie industrie, certificering opties en de marketing mogelijkheden die dit biedt. Het uitgangspunt is om te leren van elkaar waarbij veel ruimte voor eigen inbreng is. Er wordt gebrainstormd over groene marketing en onder begeleiding van experts toegewerkt naar de implementatie van een marketing- of communicatieplan dat gekoppeld is aan het duurzaamheidsbeleid van ieder deelnemend bedrijf. Het plan wordt gedurende de tweede werksessie ontwikkeld en tijdens de derde werksessie gepresenteerd aan een panel van experts.

Programma

Sessie 1: Inspiratie

Ronald Hiel van communicatieadviesbureau **Schuttelaar & Partners** houdt als moderator overzicht over de sessies. Hij is manager duurzame landbouw en houdt zich primair bezig met strategische advisering aan bedrijven die willen inspelen op de trend naar een duurzamere productie.

Marieke Leegwater, manager duurzame productie van het **Productschap Margarine, Vetten en Oliën** licht de ontwikkelingen van duurzame palmolie productie toe en RSPO procedures.

Mette Morup brand manager van **Duyvis** licht hun duurzame business case met betrekking tot palmolie toe.

Talkin'Food food trendwatcher en culinair journalist Marjan Ippel gaat in op consumenten inzichten (ovb).

Thieu Besselink van **River Institute** zal op uitzonderlijke en interactieve wijze ingaan op transitie leren en de mogelijkheden van de nieuwe kenniseconomie met betrekking tot duurzaam ondernemen (ovb).

Sessie 2: Creatie

Michiel Pot van marketingbureau **Robin Good** vertelt over de do's & dont's van groene marketing en begeleidt bij het opstellen van de strategieën.

Caroline van Leenders, schrijfster van "**Tien tips voor slimme sturing**" en medewerkster van het Competentie Centrum Transitie, Agentschap NL verleent haar expertise en pragmatische insteek.

Leendert Tange, medeoprichter retail strategy & design agency **Store-age** blinkt uit in merkpositionering.

Yuri van Geest en Nathalie Brähler verlenen hun expertise over **communicatieconcepten** in het nieuwe internet- en mobiele tijdperk.

Sessie 3: Realisatie

Eelco Keune, tv maker en oprichter van reclamebureau **CCCP**.

Bart Brüggewirth, directeur van marketingadviesbureau **b-open**, gespecialiseerd in marketing en communicatie van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Maurice Dekkers, oprichter en bedenker van **Keuringsdienst van Waarde** en **Tony Chocology**.

Patrick Cobussen, bestuurslid van de RSPO en hoofd marketing van wereldwijde handelaar en leverancier van palmolie **IOI Group Lodders Croklaan**.

Voor wie

Het leertraject is bedoeld voor MKB professionals of managers die verantwoordelijk zijn voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) of marketing/ communicatie en die direct of indirect in aanraking komen met palmolie.

Waarom

Kennis, tips, marketing ondersteuning, inspelen op de trend van duurzame ontwikkeling in het door de VN uitgeroepen jaar van de biodiversiteit, merkprofilering, het verstevigen van de concurrentiepositie, deel uitmaken van een verduurzamingstraject en bijdragen aan het behoud van onvervangbare ecosystemen.

Info

Donderdagen 23 september, 30 september en 14 oktober van 13.30 tot 17 uur. Locatie in Amsterdam.

Kosteloos en goede verzorging voor de maag.

Meer informatie of **aanmelden** mail naar reanne@stichtingmonkeybusiness.nl, of bel 020 3205603. Wees er snel bij, want vol = vol.