

Sustainable Fashion Guide

Start uw duurzaamheidsbeleid

Inhoud

Inleiding	>> 4
Bepaal uw duurzaamheidsstrategie: hoe hoog legt u de lat?	>> 6
Kies uw duurzaamheidsinitiatieven: waar staat u nu en waar wilt u heen?	>> 16
Grondstof	>> 18
Verwerking	>> 26
Confectiefabriek	>> 34
Distributie, kantoor en winkel	>> 42
Bepaal naar wie u wilt communiceren: welke middelen kiest u?	>> 50

Inleiding

Hoe werkt de Sustainable Fashion Guide?

Deze Guide bestaat uit 25 vragen. De vragen starten bij de strategie, volgen daarna de keten (van grondstof tot winkel) en eindigen bij communicatie. Doorloop alle vragen en zet een vinkje waar u nu staat: bent u koploper, peloton of volger? En wat wilt u in de toekomst zijn en hoe komt u daar? Aan iedere vraag is een tip toegevoegd. De vragen en tips helpen u bij het formuleren van uw duurzaamheidsbeleid inclusief doelen.

Afbakening en bronnen

Deze Guide heeft betrekking op bedrijven in de sectoren schoenen, (bedrijfs)kleding, modeaccessoires en textiel. Voor het gemak spreken we hier over kleding. De Guide is gebaseerd op de kennis en ervaring van Schuttelaar & Partners en ABN AMRO. Daarnaast zijn andere bronnen geraadpleegd zoals GoedeWaar.nl en MODINT.



ABN AMRO: gespecialiseerd partner voor Fashion en duurzaamheid

ABN AMRO heeft als doel: een betere bank zijn die bijdraagt aan een betere wereld. Daarom maakt de bank duurzaamheid onderdeel van de dagelijkse bancaire activiteiten en gaat ABN AMRO het gesprek aan met klanten over duurzaamheid. De bank stimuleert zijn klanten de impact op mens en milieu in de hele (productie)keten te verbeteren. Om toegevoegde waarde te bieden voor klanten in de kledingsector, stelt de Fashion Desk van ABN AMRO deze Guide beschikbaar.

Schuttelaar & Partners ondersteunt bij strategie, implementatie en communicatie

Schuttelaar & Partners is een communicatie- en adviesbureau. Wij werken met 80 medewerkers aan een duurzame en gezonde wereld. Ons FashionTeam helpt kledingbedrijven bij het maken van een passende duurzaamheidsstrategie en communicatie daarover richting bijvoorbeeld medewerkers en consumenten.

Heeft u interesse in een kennismaking of vragen naar aanleiding van deze Guide?

Neem dan contact met ons op:

070 318 44 44, fashion@schuttelaar.nl,

www.sustainablefashionadvice.com.



Bepaal uw duurzaamheidsstrategie

De voordelen van duurzaamheid voor uw bedrijf

Onder duurzaamheid verstaan we: zorgen voor welvaart en tegelijkertijd rekening houden met mens en milieu (people, planet, profit). Uit onderzoek blijkt dat duurzaamheid een (kleding)bedrijf veel oplevert zoals kostenbesparingen, voorbereid zijn op wetgeving, innovaties, trotse en betrokken medewerkers, betere reputatie en een grotere merkvoorkeur onder consumenten. Want ook consumenten willen duurzame kleding blijkt uit het consumentenonderzoek Duurzaamheidskompas.

Ontwikkeling van een goed duurzaamheidsbeleid

Een goed duurzaamheidsbeleid sluit naadloos aan op uw bedrijfsstrategie en voldoet aan de (toekomstige) wensen van uw omgeving. Het tackelt de belangrijkste milieu- en sociale issues van uw organisatie en de keten waarin u actief bent. Waarschijnlijk kunt u niet alle issues gelijk oppakken. Wel is het belangrijk om ambitieuze lange termijn doelen te stellen. Stel u zelf daarbij de vraag wat u wilt zijn: koploper, peloton of volger? Vervolgens kunt u transparant communiceren hoe u stap voor stap werkt aan verbeteringen.

VRAAG

1

Hoe ambitieus wilt u zijn qua duurzaamheid?

Koploper

Koploper! Dat heeft de directie samen met het duurzaamheidsteam besloten.

Peloton

Peloton! We willen niet achter maar ook niet voorlopen op concurrenten.

Volger

Volger! We vinden het niet erg om achter te lopen op concurrenten.

TIP! Formuleer ambitieuze maar haalbare doelen op het gebied van mens en milieu.

VRAAG

2

Weet u wat uw omgeving vraagt van u qua duurzaamheid?

Koploper

Ja, dat hebben we nagevraagd bij medewerkers, klanten, leveranciers, maatschappelijke organisaties, etc.

Peloton

Nee, niet precies. Ik ben wel op de hoogte van wetgeving en wat concurrenten doen qua duurzaamheid.

Volger

Nee, ik ben niet op de hoogte van de wensen van mijn omgeving.

TIP! Voer regelmatig een stakeholderonderzoek uit, om te weten wat er speelt en verwacht wordt.

VRAAG
3

Heeft u een duurzaamheidsbeleid?

Koploper

Ja, inclusief kwantitatieve doelen voor de komende vijf jaar.

Peloton

Ja, we hebben een formeel beleid opgesteld, maar zonder meetbare doelen.

Volger

Nee, we hebben geen duurzaamheidsbeleid opgesteld.

VRAAG
4

Heeft u een duurzaamheidsteam?

Koploper

Ja, met daarin vertegenwoordiging van verschillende afdelingen zoals directie, ontwerp, productie, inkoop en communicatie.

Peloton

Nee, geen vast team, wel zijn verschillende verantwoordelijken qua duurzaamheid bij medewerkers belegd.

Volger

Nee, geen vast team of verantwoordelijken bij medewerkers belegd.

TIP! Een duurzaamheidsbeleid bevat de lange termijn visie van uw organisatie qua duurzaamheid. Formuleer deze visie en neem kwantitatieve doelen voor een periode van bijvoorbeeld 5 jaar op.

TIP! Zorg dat duurzaamheid breed gedragen wordt binnen uw bedrijf.

VRAAG

5

Heeft u een management-systeem om uw voortgang te borgen?

Koploper

Ja, met daarin alle duurzaamheidsdoelen. Het bevat o.a. al mijn leveranciers, onderaannemers en informatie over audits en verbeteringen.

Peloton

Nee, wel hebben we een overzicht van de belangrijkste leveranciers en hun duurzaamheidsprestaties.

Volger

Nee, we hebben geen systeem om onze voortgang te borgen.

TIP! Koppel uw managementsysteem voor duurzaamheid aan uw inkoop-, registratie- of productiesysteem. Zorg dat duurzaamheidsdata vindbaar en toegankelijk zijn voor collega's.



Best practice: Starco

1.660 fte

Aantal medewerkers: 3,5 fte + 1.660 fte in fabriek in Bangladesh (30% aandeel).

96% compliance

Duurzaamheidsinitiatieven: Moderne fabriek gebouwd om arbeid- en milieumomstandigheden beter te controleren (met subsidie Nederlandse overheid). Hier wordt 98% van alle kleding geproduceerd (vanaf het breien tot en met verpakken van kleding). Dat maakt de keten overzichtelijk en controleerbaar.

De fabriek heeft een milieuvriendelijke ververij (Oeko-Tex gecertificeerd) en een biologische productielijn (GOTS-gecertificeerd). Starco is BSCI-lid. De fabriek scoorde in het laatste BSCI-rapport uit december 2012: 96% compliance.

Cultuur

Tip: Werk samen met leveranciers, verdiep je in hun cultuur, reik ideeën aan maar leg de uitvoering in handen van de leverancier: zij moeten het doen waardoor zij voldoening krijgen.

70K

Kosten duurzaamheid: ± € 70.000 per jaar

Champions League

Baten duurzaamheid: Duurzaamheid is een voorwaarde. Als je niet duurzaam bent, doe je in de toekomst zakelijk niet mee vindt Starco. En wanneer je Champions League wilt spelen, kom je er niet met een Jupiler League instelling. Tenslotte geeft het Starco een goed gevoel om bij te dragen aan de ontwikkeling van Bangladesh.

Private label

Rol in de keten: Leverancier private label kleding en merkhouders Garage en Slater.

Producten

T-shirts (hoofdzakelijk), polo's, boxer shorts en truien.



Kies uw duurzaamheids- initiatieven

Waar staat u nu en waar wilt u heen?

Grondstof >> 18

Verwerking >> 26

Confectiefabriek >> 32

Distributie, kantoor en winkel >> 40

Grondstof

De belangrijkste issues

Het maken van de grondstoffen van kleding heeft een grote impact op mens en milieu. Hieronder staan de belangrijkste issues per grondstof. Gelukkig zijn er steeds meer alternatieven beschikbaar zoals gerecyclede en biologische materialen (zie vraag 8).



VRAAG
6

Weet u van welke duurzame materialen uw kleding gemaakt is?

Koploper

Dat weten we precies. Onze ontwerpers en inkopers hanteren richtlijnen voor duurzame materialen.

Peloton

We weten van welke materialen onze kleding is gemaakt, maar kennen geen absolute percentages.

Volger

Daar hebben we geen overzicht van.



TIP! Er is steeds meer mogelijk qua duurzame materialen. Ga daarover in gesprek met uw leveranciers. Ter inspiratie zie by-wire.net.

VRAAG
7

Weet u waar de grondstoffen vandaan komen?

Koploper

Ja, we hebben onze grondstofstromen volledig in kaart.

Peloton

Dit gaat via onze agenten, die weten het.

Volger

Nee, we hebben geen idee waar onze grondstoffen vandaan komen.

TIP! Zorg dat u zelf weet waar uw grondstoffen vandaan komen. Zo kunt u makkelijker inspelen op misstanden en negatieve publiciteit voorkomen.

VRAAG

8

Maakt u gebruik van duurzame materialen?

Koploper

Meer dan 25% van mijn materialen is:

- >> biologische katoen, hennep of linnen
- >> gerecycled katoen, nylon, polyester of wol
- >> Tencel

Peloton

Meer dan 10% van mijn materialen is:

- >> biologische katoen, hennep of linnen
- >> gerecycled katoen, nylon, polyester of wol
- >> Tencel

Volger

Nee, we maken geen of nauwelijks gebruik van duurzame materialen.

TIP! Bekijk het kader met initiatieven achterin of: modint.nl en textileexchange.org.



Best practice: watMooi

4 medewerkers

Monkey Business

Duurzaamheidsinitiatieven: watMooi steunt elk jaar een goed doel, dit jaar was dat Monkey Business. Daarnaast geeft watMooi voorlichting over duurzaamheid en mode en beheert watMooi een wiki over duurzame mode.

wiki.watmooi.nl

Nederland

Baten duurzaamheid: watMooi heeft de grootste collectie duurzame mode van Nederland.

Basics

Rol in de keten: Retailorganisatie met 35 verschillende duurzame merken en een eigen lijn met basics.

Duurzaamheid

Kosten duurzaamheid: Duurzaamheid is volledig geïntegreerd in de bedrijfsvoering, de kosten van duurzaamheid zijn daarom niet uit te drukken.

Samenwerking

Tip: Zoek samenwerking met andere duurzame leveranciers. Zie elkaar niet als concurrenten, je hebt immers hetzelfde doel, een betere wereld. Samen kun je de wereld nog een beetje mooier maken.

Producten

Dameskleding en accessoires.



Verwerking

(zoals vervezelen, spinnen, weven, verven)

De belangrijkste issues

Tijdens het maken van kleding is het gebruik van schadelijke chemicaliën (voor bleken, verven, printen, wassen en afwerken) één van de belangrijkste aandachtspunten. Die chemicaliën kunnen slecht zijn voor arbeiders in de fabrieken en als ze achterblijven op de kleding uiteindelijk ook voor consumenten. Daarnaast zorgen de chemicaliën regelmatig voor milieuvuiling rond de fabriek. Zie vraag 11 voor alternatieven.

VRAAG
9

Weet u waar en hoe het weven, verven en behandelen van garens en stoffen plaatsvindt?

Koploper

Ja, we weten hoe en in welke fabrieken dit plaatsvindt.

Peloton

Nee, onze fabrikanten kopen de garens en/of stoffen zelf in.

Volger

Nee, dit hebben wij niet in kaart gebracht.

TIP! Achterhaal waar uw stoffen vandaan komen, bijvoorbeeld via samenwerking met een initiatief*

VRAAG
10

Werkt u samen met leveranciers aan verbeteringen op milieu-en sociaal gebied?

Koploper

Ja, we kennen elkaars duurzaamheidsbeleid en bespreken samen hoe we zaken verbeteren zoals beter gebruik van chemicaliën, water en energie.

Peloton

Nee, wel hebben we hun duurzaamheidsbeleid opgevraagd.

Volger

Nee, we hebben geen contact met onze leveranciers hierover.

TIP! Praat met uw leveranciers over het veilig gebruik van chemicaliën en verboden chemicaliën. Stel samen een code of conduct op. Richt een managementsysteem op om uw wensen te controleren.
Zie roadmaptozero.com

VRAAG

11

Bent u aangesloten bij een initiatief om uw sociale- en/of milieu-impact tijdens de verwerking te verbeteren?

Koploper

Ja, wij (of onze leveranciers) zijn aangesloten bij GOTS, Bluesign, Oeko-Tex of Europese Ecolabel.

Peloton

Nee, wel hebben we een gedragscode en een management-systeem voor o.a. REACH-wetgeving (schadelijke stoffen).

Volger

Nee, we zijn niet aangesloten bij een initiatief en hebben geen gedragscode.

TIP! Kies leveranciers die samenwerken met een onafhankelijk initiatief*.

*zie het keurmerkoverzicht achterin

Best practice: Mud Jeans International B.V.

5 fte

100% biologische katoen

Duurzaamheidsinitiatieven: Jeans worden gemaakt van 100% biologische katoen, GOTS-gecertificeerd in Italië. De andere producten worden in India gemaakt, in fabrieken die Max Havelaar-gecertificeerd zijn.

Grondbeginselen

Baten duurzaamheid: Duurzaamheid is geen product, het is een voorwaarde, het komt in kleine stapjes maar zit in de grondbeginselen van Mud Jeans. Niemand wil in kleding lopen die gemaakt is ten koste van andere mensen en die een enorme impact op het milieu heeft.

Private label

Rol in de keten: Leverancier van private label kleding en eigen label 'Mud Jeans' en 'Lease A Jeans'. Mud Jeans is het eerste bedrijf ter wereld waar je een kledingstuk kunt leasen.

50K

Kosten duurzaamheid: ± € 50.000 per jaar

Kringloop

Tip: Maak de kringloop compleet, sluit de kringloop, werk mee aan de circulaire economie.

Producten

Jeans, broeken, T-shirts, sweatshirts, hoodies en accessoires.



Confectiefabriek

(Cut-Make-Trim)

De belangrijkste issues

In veel confectiefabrieken moeten de werkomstandigheden worden verbeterd. Lange werkdagen, lage lonen en onveilige werkomstandigheden komen geregeld voor. Gelukkig werken veel kledingbedrijven aan veranderingen. Een gedragscode en controle daarop is echter niet voldoende. Het is ook belangrijk om leveranciers en fabrieksmedewerkers te trainen en samen te werken aan verbeteringen.

VRAAG
12

Weet u waar het in elkaar zetten en de eindbewerking van uw kleding plaatsvindt?

Koploper

Ja, we hebben dit in kaart, inclusief alle onderaannemers.

Peloton

Ja, we hebben dit in kaart, behalve de onderaannemers.

Volger

Nee, we weten niet waar de eindbewerking plaats vindt.



TIP! Maak een leveranciersoverzicht inclusief onderaannemers en zorg voor een database waarin u de voortgang bijhoudt. Als u met agenten werkt, betrek hen dan hierbij.

VRAAG
13

Werkt u aan een goede lange termijn relatie met uw leveranciers?

Koploper

Ja, wij werken met haalbare levertijden en fatsoenlijke betalingen.

Peloton

Ja, wij werken lange tijd met leveranciers maar hebben vaak krappe lead times.

Volger

Nee, wij wisselen veel en onderhandelen alleen op prijs.



TIP! Streef naar langdurige en goede relaties met een overzichtelijk aantal leveranciers. Zo bent u beter in staat te investeren in verbeteringen.

VRAAG
14

Werkt u samen met leveranciers aan verbeteringen op milieu en sociaal gebied?

Koploper

Ja, we kennen elkaars duurzaamheidsbeleid en bespreken samen hoe we zaken verbeteren.

Peloton

Nee, wel hebben we hun duurzaamheidsbeleid opgevraagd.

Volger

Nee, we hebben geen contact met onze leveranciers hierover.

TIP! Voorkom excessief overwerk bij fabrikanten: zorg voor zo min mogelijk last-minute aanpassingen van het ontwerp en stel geen extreme lead times.

VRAAG
15

Bent u aangesloten bij een initiatief om uw impact in de confectie-fabriek te verbeteren?

Koploper

Ja, we zijn aangesloten bij FWF, SA8000, ETI of FLA.

Peloton

Ja, we zijn aangesloten bij BSCI of Wrap.

Volger

Nee, we zijn niet aangesloten bij een initiatief.

TIP! Ondertekening van een gedragscode door uw leverancier is niet voldoende. Controleer ook de implementatie en werk samen met een onafhankelijk initiatief*

Best practice: La Ligna

115 fte

Medewerkers

Baten duurzaamheid: Hierdoor kunnen de medewerkers van La Ligna een product leveren waar ze achter staan en trots op zijn.

Eigen merk

Rol in de keten: Eigen merk, van design tot verkoop in eigen winkels (45) en webshop.

40%

Kosten duurzaamheid: Productie in Europa is duurder dan in Azië (inkoopprijs ligt zo'n 40% hoger).

Gerecycled wol

Duurzaamheidsinitiatieven: 80% van de productie (van stof tot kledingstuk) vindt plaats in Europa (vooral Polen en Italië) om de arbeidsomstandigheden beter te kunnen controleren en de transportafstand te verkleinen.

La Ligna bezoekt zijn fabrikanten zeer regelmatig en bespreekt de milieu en sociale omstandigheden. Verder gebruikt het dameslabel veel gerecycled wol, geen bont en nauwelijks leer.

Tenslotte werkt La Ligna samen met Terres des Hommes: de helft van de opbrengst van een speciale shawl gaat naar een project in Cambodja dat kinder- en vrouwen-uitbuiting tegengaat. Daarnaast kunnen klanten hun nog draagbare oude kleding inleveren bij La Ligna. De opbrengst van de verkoop van deze kleding is voor Terres des Hommes.

Creativiteit

Tip: Bespreek met je medewerkers hoe ieder zijn verantwoordelijkheid kan nemen, dat stimuleert creativiteit.

Producten

Damesmode



Distributie, kantoor en winkel

De belangrijkste issues

Wat veel mensen niet weten is dat een derde van de milieu-impact van kleding wordt veroorzaakt door het wassen en drogen van kleding door de consument. Hier is dus nog een wereld te winnen. U kunt als kledingbedrijf bijvoorbeeld tips geven over wassen, drogen en gebruik van groene stroom. Ook het faciliteren van recycling zorgt voor veel milieuwinst vanwege de besparing op grondstoffen en energie.

VRAAG
16

Neemt u of uw transporteur maatregelen om het vervoer van uw producten te beperken of te verduurzamen?

Koploper

Ja, we maken geen gebruik van het vliegtuig en zijn in het bezit van de Lean and Green Award.

Peloton

Ja, ons vervoer gaat efficiënt en zo veel mogelijk over water.

Volger

Nee, we weten dit niet.

TIP! Als het transport is uitbesteed, ga dan in gesprek met uw transporteur over duurzaamheid.

VRAAG
17

Probeert u de milieu-impact in uw winkels en kantoor te verbeteren?

Koploper

Ja, we verlagen jaarlijks ons energiegebruik met >2%, kopen 100% groene energie (gas en elektriciteit) en hebben duurzame verpakkingen.

Peloton

Ja, via recycling van kleding die niet verkocht wordt en we geven geen plastic tasjes meer mee in eigen winkels.

Volger

Nee, we zijn hier niet actief mee bezig.

TIP! Milieumaatregelen leveren vaak winst op. Zie www.milieucentraal.nl

VRAAG
18

Hoe verantwoord is uw personeelsbeleid?

Koploper

Het ziekteverzuim is lager dan 4%, jaarlijks houden we een tevredenheidsonderzoek en bieden medewerkers ontwikkelingsmogelijkheden door training en coaching.

Peloton

Ons ziekteverzuim is tussen 4 – 5% en wij bieden medewerkers ontwikkelingsmogelijkheden door training en coaching.

Volger

Ons ziekteverzuim is relatief hoog.

TIP! Vraag in uw tevredenheidsonderzoek ook om ideeën voor duurzaamheid.

VRAAG
19

Bent u maatschappelijk betrokken?

Koploper

Ja, wij sponsoren zowel met tijd, kennis en geld een maatschappelijk project dat gekoppeld is aan onze keten.

Peloton

Ja, wij doneren geld aan een goed doel.

Volger

Nee, we zijn hier niet actief mee bezig.

TIP! Geef medewerkers een rol in het maatschappelijke project, dat vergroot de trots.

VRAAG
20

Stimuleert u klanten om duurzaam om te gaan met hun kleding?

Koploper

Ja, wij geven korting voor oude ingeleverde kleding die wordt gebruikt voor recycling.

Peloton

Ja, wij geven tips om kleding milieuvriendelijk te wassen en drogen.

Volger

Nee, we stimuleren onze klanten niet actief om duurzaam om te gaan met kleding.

TIP! Een recyclingactie zorgt voor extra bezoekers en loyale klanten.





Bepaal naar wie u wilt communiceren

De belangrijkste issues

Uit het Duurzaamheidskompas blijkt dat consumenten (56%) weten dat er veel issues spelen in de kledingsector. Bijna tweederde wil wel duurzame kleding kopen maar weet nu niet of zijn kleding duurzaam is. Hier ligt een kans voor bedrijven. U kunt met begrijpelijke en eerlijke duurzaamheidsinformatie (bij voorkeur op het kledinglabel) de merkvoorkeur vergroten. Vergeet ook de communicatie naar de eigen medewerkers niet.

VRAAG
21

Heeft u in kaart gebracht naar wie u wilt communiceren?

Koploper

Ja, we kennen onze doelgroepen precies.

Peloton

We hebben een idee maar nog niet in kaart gebracht.

Volger

Nee, dit hebben we niet inzichtelijk.



TIP! Start altijd bij uw medewerkers. Duurzaamheid maakt trots, blijkt uit onderzoek.

VRAAG
22

Heeft u uw communicatieboodschap scherp?

Koploper

Ja, ons duurzaamheidsbeleid is tegelijkertijd onze duurzaamheidsboodschap.

Peloton

Op hoofdlijnen maar dit hebben we nog niet goed uitgewerkt.

Volger

Nee, we zijn hier nog niet mee bezig.



TIP! Kies voor een duidelijke boodschap en herhaal die continu.

VRAAG
23

Communiqueert u naar uw medewerkers over duurzaamheid?

Koploper

Ja, onze ontwerpers, inkopers en sales-medewerkers krijgen training in duurzaamheid.

Peloton

Ja, wij verspreiden onze doelen intern.

Volger

Nee, we communiceren niet actief naar medewerkers.

TIP! Betrek en enthousiasmeer uw medewerkers. Zij zijn uw ambassadeurs en samen haalt u sneller uw duurzaamheidsdoelen.

VRAAG
24

Communiqueert u naar uw (medewerkers van) leveranciers over duurzaamheid?

Koploper

Ja, we communiceren altijd in lokale taal naar onze leveranciers.

Peloton

Ja, in al onze fabrieken hangt een Engelstalige gedragscode.

Volger

Nee, we communiceren niet naar onze leveranciers.

TIP! Veel arbeiders kennen hun rechten niet en kunnen niet lezen. Zorg daarom voor een visuele uitleg en training in de eigen taal.

VRAAG
25

Communiqueert u extern over uw duurzaamheidsinitiatieven?

Koploper

Ja, we maken jaarlijks een duurzaamheidsverslag (GRI) en communiceren naar elke doelgroep met aansprekende middelen.

Peloton

Ja, op onze website staan onze initiatieven.

Volger

Nee, we communiceren niet actief naar de buitenwereld.

TIP! Eerlijke communicatie over uw doelen en voortgang is sterker dan reactief communiceren. Zie www.MVOverslag.nl voor een stappenplan.

Inspiratie voor communicatie

Welke middelen kiest u?

Hang-tag of label op kleding

Doelgroep: consumenten

Salestoolkit

Doelgroep: salesmedewerkers

Training

Doelgroep: inkopers/leveranciers

Website

Doelgroep: consumenten en stakeholders

Duurzaamheidsverslag

Doelgroep: experts, beleggers, etc.

DilemmaCafé

Doelgroep: medewerkers

PR

Doelgroep: media

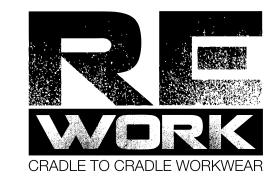
Poster

Doelgroep: fabriekmedewerkers van leveranciers



REWORK Cradle to Cradle workwear®

Dankzij een bijzondere samenwerking tussen bedrijfskledingproducent Van Puijenbroek Textiel, textieldienstverleners Berendsen, Lavans en Initial en afvaldienstverlener Van Gansewinkel is REWORK ontstaan. REWORK is de eerste katoenen werkkleding die gemaakt is volgens het Cradle to Cradle principe en uiteindelijk niet in de vuilnisbak belandt. Schuttelaar & Partners verzorgde de communicatie rondom de lancering van REWORK en ontwierp het logo, de website en salesinformatie.





Cora Kemperman

Het Nederlandse damesmodemerken Cora Kemperman streeft al jaren naar duurzame en verantwoorde productie van de collecties. In 2013 heeft het merk een aantrekkelijk magazine gemaakt om klanten en andere geïnteresseerden in stijl te vertellen over de duurzame activiteiten van Cora Kemperman. Schuttelaar & Partners heeft Cora Kemperman geholpen met tekst en ontwerp van dit fashionable magazine.



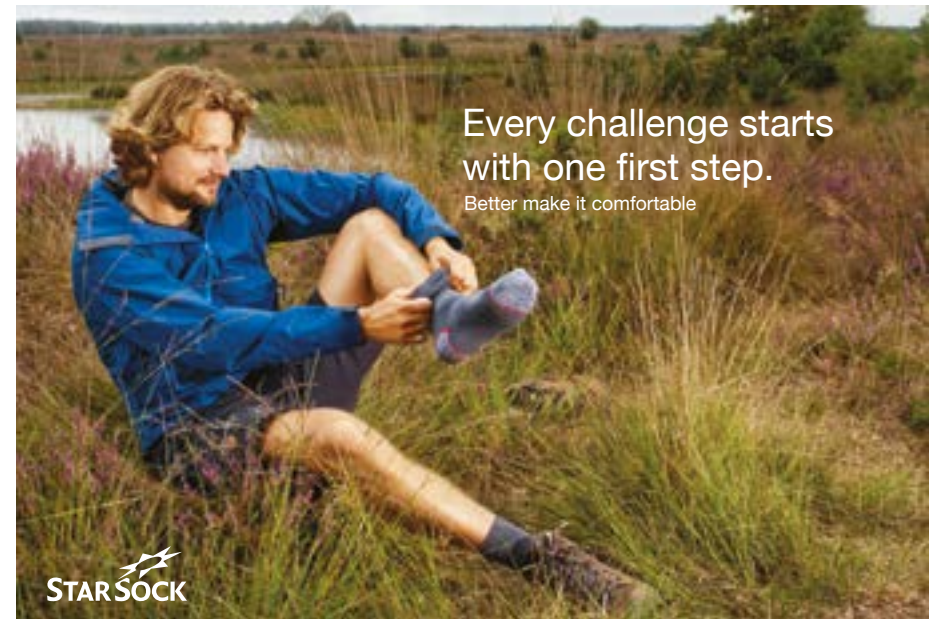
-corakemperman



Star Sock

Star Sock is een internationaal B2B leverancier van sokken (outdoor, sport en casual) en produceert voor zowel huislabels (Albert Heijn, Zeeman) als voor merken als Lotto, New Balance en Dakar. Het bedrijf verkoopt jaarlijks ongeveer 25 miljoen paar sokken.

Het is hun ambitie om alleen nog maar duurzame sokken te produceren in 2020 en Schuttelaar & Partners ondersteunt hen daarin met strategisch advies, communicatie-ondersteuning en PR activiteiten.



STAR SOCK



Welk keurmerk/ initiatief past bij mijn bedrijf?







Hier volgt een overzicht van de belangrijkste duurzaamheidskeurmerken, initiatieven in de mode- en textielsector met daarbij in kleur aangeven hoe groot hun duurzaamheidsimpact is, oftewel de mate van positieve impact op zowel sociaal- als milieugebied.

Uitleg kleuren









Bron: GoedeWaar.nl

Fairtrade

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Alleen voor katoen
- >> Vaak van kleine boeren
- >> Kostenindicatie: afhankelijk van marktwerking
+ 4 eurocent per kilo katoen (=Fairtrade Premium)







OE 100

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Katoen dat voor > 95% bestaat uit biologische katoen
- >> Organisatie achter deze standaard: Textile Exchange






Global Organic Textile Standard (GOTS)

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Alleen voor katoen
- >> Twee varianten: 70-94% biologisch en 95-100% biologisch (kleurenbeoordeling is op basis van laatste variant)
- >> Kostenindicatie: na certificatie door een goedgekeurd bureau (prijzen verschillen) jaarlijks € 120 per geïnspecteerde fabriek

OE Blended

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Katoen dat voor > 5% bestaat uit biologische katoen
- >> Organisatie achter deze standaard: Textile Exchange



Bluesign

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Focus op geen/minder gebruik schadelijke chemicaliën
- >> Kosten: afhankelijk van grootte en complexiteit van het bedrijf

Business Social Compliance Initiative (BSCI)

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Bedrijveninitiatief
- >> Stadia: regular member, audit cycle 1 & 2
(kleurenbeoordeling is op basis van laatste stadium)
- >> Kostenindicatie: omzet < € 20 miljoen: € 3.000,
omzet < € 500 miljoen: € 12.000, omzet < € 1 miljard:
€ 18.000, omzet > € 5 miljard: € 30.000 + kosten audits

Sterk actief

Niet actief

Oeko-Tex Standard 100

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Focus op geen/minder gebruik schadelijke chemicaliën
- >> Kosten: certificaat € 800 + éénmalig € 105 controlekosten.
Verlenging van certificaat: € 50
- >> Audits bij gecertificeerde bedrijven eens per drie jaar

EU Ecolabel

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Focus op geen/minder gebruik schadelijke chemicaliën
- >> Kostenindicatie: eenmalige aanvraagkosten:
€ 200 + kosten laboratoriumtests

Sterk actief

Niet actief

Ethical Trading Initiative (ETI)

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Stadia: foundation, improver, achiever en leader stage (kleurenbeoordeling is op basis van laatste stadium)
- >> Kostenindicatie: omzet € 5 miljoen: € 3.100, omzet € 50 miljoen: € 5.000 + kosten audits

Fair Labor Association (FLA)

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Stadia: participant, geaccrediteerd (kleurenbeoordeling is op basis van laatste stadium)

Fair Wear Foundation

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		






- >> Kostenindicatie: omzet < € 5 miljoen: max € 3.280, omzet < € 25 miljoen: max € 5.465, omzet < € 100 miljoen: max € 13.660, omzet > € 1 miljard: max € 85.235 + kosten audits

SA80000

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		







- >> Certificeringinitiatief
- >> Kosten: afhankelijk van audits

Wrap

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Bedrijveninitiatief
- >> Stadia: silver, gold, platinum
(kleurenbeoordeling is op basis van laatste stadium)
- >> Kostenindicatie: € 880 lidmaatschap + kosten audits

Better Cotton Initiative (BCI)

	Sociaal	Milieu
Grondstof		
Verwerking		
Confectiefabriek		

- >> Alleen voor katoen
- >> Nog geen consumentenlabel
- >> Initiatief van bedrijven en maatschappelijke organisaties
- >> Jaarlijkse kostenindicatie: learning lidmaatschap:
€ 6.000 - standaard lidmaatschap: afhankelijk van gebruikt katoenvolume
€ 7.000 - € 50.000 - pionier lidmaatschap: € 75.000

Bron: Schuttelaar & Partners



Colofon

Ontwerp, tekst en realisatie

Schuttelaar & Partners

The Others

In samenwerking met

ABN AMRO Communications & Sustainability

ABN AMRO Fashion Desk

Met dank aan

GoedeWaar.nl

MODINT

abnamro.nl