

De sneeuwbal van Puma

Een harde *wake-up call*, dat dreef de Duitse sportartikelenfabrikant Puma uiteindelijk in de armen van het Cradle to Cradle Products Innovation Institute. Ze waren meer dan welkom. Op basis hiervan bedacht Puma een nieuwe lijn van Cradle to Cradle -producten: de InCycle-reeks. En veroorzaakte daarmee een 'sneeuwballetje' in de kledingsector. Lewis Perkins van het instituut was er vanuit het hoofdkantoor in Amerika bij betrokken. Samen met Roy Vercoulen, verantwoordelijk voor de activiteiten in Europa, licht hij deze innovatiereis toe.

DILEMMA: Als ondernemingen de werkelijke milieukosten van hun productie uitrekenden, zouden de meeste bedrijven failliet gaan en zelfs na het nemen van vergaande maatregelen nog met verlies draaien.

The Detox Campaign die Greenpeace in juli 2011 lanceerde en zich richtte op het tegengaan van watervervuiling, landde goed bij Puma. Het bedrijf ondertekende het manifest en beloofde daarmee zijn best te doen alternatieven voor giftige chemicaliën te vinden. Maar de branden in de mega-naaiateliers in Bangladesh hakten er stevig in. "Hoewel Puma al met duurzaamheid bezig was, raakten beide incidenten pas goed de kern en kwam het bedrijf in actie", zo legt Roy Vercoulen (1980), vicepresident Europe van het Cradle to Cradle Products Innovation Institute uit. Hij is op 4 oktober samen met Lewis Perkins (1971), senior vicepresident van dit instituut in Amerika, aanwezig op de Closing the Loop-conferentie in Scherpenzeel. En laat Perkins nou degene zijn die bij het C2C-certificeringsproces van Puma betrokken was. Het Cradle to Cradle Products Innovation Institute is een non-profit organisatie die producten certificeert die voldoen aan het Cradle to Cradle Certified products program. Het principe hierachter is dat alle gebruikte materialen na hun leven in het ene product, nuttig worden ingezet in een ander product. Grondleggers van het instituut zijn William McDonough en Michael Braungart, die in hun werkzame leven al heel wat ervaring met C2C hebben opgebouwd. Het hoofdkantoor zit in San Francisco, met twee nevenvestigingen in Amsterdam en in Venlo. Al sinds 2005 worden deze certificaten uitgegeven, maar sinds 2010 is het certificaat meer publiek geworden, door de betrokkenheid van het Instituut.

Juist in die periode kwam de Duitse sportketen Puma op het idee de werkelijke kosten van de productie van rugzakken, hardloopschoenen, fleecetruien en T-shirts in kaart te laten brengen. Het bedrijf schakelde consultancybedrijf PWC en Trucost in om dit uit te rekenen. Het sportmerk wilde een prijskaartje hangen aan zaken als het verlies van tropisch regenwoud, CO₂-uitstoot en onttrekking van zoet water aan een systeem. Puma noemt het Environmental Profit & Loss (E P&L) Accounting. De uitkomst van deze berekening: 7,2 miljoen euro in 2010. Maar werden alle toeleveranciers in de som betrokken, dan kwam de schade heel wat hoger uit: dan kwam er 87,2 miljoen euro bij, vooral door de enorme hoeveelheid water die nodig is bij de teelt van katoen. ➤



Roy Vercoulen (rechts) en Lewis Perkins van het Cradle to Cradle Products Innovation Institute: "Om de productcertificering transparanter en onafhankelijk te maken, is het Instituut in 2010 opgericht."



Roy Vercoulen (links) en Lewis Perkins: “De InCycle-reeks heeft 31 procent minder impact op het milieu dan Puma’s traditionele artikelen”

- In totaal was de schade dan 94,4 miljoen euro. En toen benaderde Puma het Cradle to Cradle Products Innovation Institute en kwam Lewis Perkins van het instituut in beeld. Hij vertelt er enthousiast over tijdens de Closing the Loop-conferentie op 4 oktober. Want hij was degene die met Puma in gesprek raakte over het vernieuwen van zijn productie. En degene die het bedrijf liet zien dat C2C een oplossing kan bieden bij het verminderen van de milieudruk. “Het antwoord van Puma hierop was de InCycle-reeks, een lijn die uit T-shirts en schoenen bestaat die met volledig biologische materialen zijn geproduceerd. Deze lijn heeft zelfs 31 procent minder impact op het milieu dan hun traditionele artikelen, terwijl de productie evenveel kost. Alle gegevens hierover zijn terug te vinden op de website van Puma. Daarin is het bedrijf volledig transparant.” Een efficiënte manier om duurzaam te zijn, zo ervaart het sportmerk zijn nieuwe reeks InCycle, want de materialen van de producten kunnen via de biologische of technische kringloop worden hergebruikt. Het Cradle to Cradle Products Innovation Institute heeft deze lijn gecertificeerd en daarmee is Puma de eerste van alle sportmerken die een gecertificeerde reeks heeft.

In de C2C-certificering, zo legt Perkins uit, is zijn instituut het begin en het eind van de pijplijn. “In het begin draait het om het opbouwen van een relatie, de uitleg van C2C, het programma van het instituut en de werking ervan. En dan, als een bedrijf aangeeft geïnteresseerd te zijn in certificering, dragen we het over aan een lijst van externe, geaccrediteerde adviseurs/beoordelaars. Onze relatie met Puma kwam tot stand via Michael Braungart en daarna kwamen we weer in beeld aan het eind van de pijplijn. Als een bedrijf zijn beleid heeft omgegooid, nieuwe producten in de markt heeft gezet die C2C zijn, sturen de beoordelaars ons alle papierwerk, dat wel zeggen alle onderzoeksverslagen, die wij dan weer beoordelen en certificeren op het niveau: basis, brons, zilver, goud of platina.”

Roy Vercoulen vult aan: “Op deze manier heb je een onafhankelijke derde partij die het werk verifieert. Voorheen bestond dat niet, en was de certificering een soort one-stop-shop, waarbij de

“Puma heeft een intrinsieke motivatie om het goed te doen en dat matcht heel goed met de manier waarop wij als organisatie willen werken”

criteria voor productcertificering, de kwaliteit van het product en de verbetermogelijkheden door dezelfde organisaties werden bepaald. Om de productcertificering transparanter en onafhankelijk te maken, is het Instituut in 2010 opgericht.”

Puma is een van de meest bekende bedrijven die onlangs producten heeft gecertificeerd. Perkins: “Ze committeerden zich aan onze missie en zagen het C2C-proces als een design-oefening, een leermogelijkheid en een katalysator voor innovatie. En nu delen ze al hun vindingen met de gehele sector. Die zijn vrij toegankelijk voor iedere producent.” Vercoulen: “De wake-up call die in 2011 plaatsvond, maakte dat de gehele textielsector zich realiseerde: *things should change for the better*. Veel bedrijven verbonden zich aan de Zero Emissie-doelen en wilden graag toewerken naar collecties met een positieve impact op het milieu. Puma hoort bij de voorhoede en heeft een sneeuwballetje veroorzaakt. Steeds meer kledingbedrijven benaderen ons met de mededeling: wij willen ook met C2C starten.”

Vercoulen benadrukt dat het instituut vijf criteria hanteert voor de certificering: veilig en gezond materiaalgebruik, hergebruik van materialen, hernieuwbare energie en CO₂-management, verbetering van waterkwaliteit en sociale aspecten. “Bij sociale aspecten gaat het ons niet alleen om bescherming van mensen, maar ook om het stimuleren van werknemers in wat ze doen en hun omgeving. We kijken naar het eindproduct en elk stukje van bijvoorbeeld een schoen moet gecertificeerd, dus ook de zool, de lijm, het garen, de katoen en de omstandigheden waarin het product gemaakt wordt. Elementen die door toeleveranciers zijn aangebracht, zijn onderdeel van de certificering. Dit betekent dat we ook bij de toeleveranciers gaan kijken.” Maar volgens beide heren gaat het bij Puma verder dan alleen een gecertificeerde productenreeks. “De InCycle-reeks is maar een onderdeelje”, zegt Perkins. “Het C2C-principe en het streven naar duurzaamheid heeft zich dieper in het beleid genesteld. Ze hebben een intrinsieke motivatie om het goed te doen en dat matcht heel goed met de manier waarop wij als organisatie willen werken.”

Het instituut heeft al een flink aantal certificaten uitgereikt, waaronder aan: Aveda, Desso, Ecover, Steelcase en Van Houtum. Maar de heren verwachten meer grote spraakmakende projecten in de komende tijd. “Niet alleen onder invloed van Puma’s stappen”, zegt Vercoulen, “maar we zien een groeiende belangstelling bij bedrijven die naar alternatieven zoeken. Zij begrijpen inmiddels dat we anders met onze grondstoffen moeten omgaan en ook zij vragen zich steeds meer af of hun rekenmodellen wel kloppen. In die zoektocht hebben wij hen veel te bieden.” ■

lewis@c2ccertified.org
roy@c2ccertified.org