

# Fabrieken inspecteren? Zo opereren C&A en Zeeman

07-07-2017 10:20



Verantwoorde kledingproductie is een stap dichterbij, als we de Sociaal-Economische Raad (SER) moeten geloven. Dinsdag is een lijst gepubliceerd met duizenden fabrieken, waar kleding voor onder meer C&A en Zeeman wordt gemaakt. De duurzaamheidsmanagers van deze twee Nederlandse ketens vertellen hoe er aan een duurzamere textielindustrie wordt gewerkt.

Het is een jaar geleden dat de eerste Nederlandse retailers hun handtekening zetten onder een textielconvenant, met het doel de textielindustrie te verduurzamen. De SER heeft als eerste stap nu een lijst samengesteld met drieduizend naaiateliers, die laat zien waar ketens als de Bijenkorf, WE, Zeeman en C&A hun kleding laten maken. De laatstgenoemde modeketen gaat nog een stap verder. C&A heeft de namen en adressen van de ruim tweeduizend fabrieken waarmee wordt samengewerkt op zijn eigen website gepubliceerd. Ook wordt verteld voor welke productcategorie (mode of accessoires) de fabriek verantwoordelijk is, hoeveel mensen er werken en of er daadwerkelijk iets wordt geproduceerd of dat het alleen om print- en borduurwerk gaat. Zo blijkt dat C&A in Nederland twee (riemen)leveranciers telt en in Bangladesh op liefst 124 fabrikanten een beroep doet. In totaal doet de retailer in veertig landen zijn inkopen.

De [lijst](#) is gepubliceerd bij het nieuwe [duurzaamheidsrapport van C&A](#), dat eveneens online te vinden is. "Transparantie leidt tot meer verantwoordelijkheid en gedragsverandering", legt chieft sustainability officer Jeffrey Hogue uit. "Het is onze prioriteit om ervoor te zorgen dat de arbeidsomstandigheden in onze

toeleveringsketen worden gehandhaafd volgens onze normen, en dat de sociale omstandigheden en milieuprestaties voortdurend worden verbeterd. Door transparant te zijn over waar onze producten worden gemaakt, kunnen onze klanten en stakeholders erop vertrouwen dat we de juiste keuzes maken met betrekking tot de partners waar we mee werken en in de wijze waarop onze kleding wordt gemaakt.”

Bij C&A zijn 135 mensen over de hele wereld fulltime bezig met het thema duurzaamheid. Daarvan werken zo'n honderd mensen in de supplychain zelf. Zij zijn voornamelijk bezig met het auditen van de fabrieken, vertelt Hogue. “Je hebt veel auditors nodig om dit grote aantal fabrieken op reguliere basis te kunnen testen.” Elke fabriek wordt zeker een keer per jaar beoordeeld, of vaker als de beoordeling daarom vraagt. En als C&A ergens voor het eerst een bestelling plaatst, vindt er eerst een audit plaats. 95 procent van de audits wordt door C&A zelf uitgevoerd. In sommige kleinere landen werkt de retailer samen met andere consultants. “Maar dat gebeurt zelden. Uniek aan onze audits is dat we onze eigen auditingprogramma zelfs extern laten toetsen. We gebruiken dus externe auditors om ons eigen auditprogramma te controleren. Begrijp je het nog?”, lacht Hogue.

### **Momentopname**

Zeeman brengt de arbeidsomstandigheden in 'zijn' fabrieken aan de hand van onafhankelijke audits in kaart. De textielsupermarkt heeft een eigen checklist opgesteld, die externe partijen nalopen tijdens de controle. “Uit die rapportages komen verbeterpunten, waarna we samen met de leverancier bekijken hoe we die kunnen verbeteren”, vertelt manager mvo & kwaliteit Arnoud van Vliet.

Zelfs bij de beste fabrieken komen er volgens hem altijd onderdelen aan het licht die verbeterd kunnen worden. “Het is immers een momentopname. Het kan best zijn dat er zich dingen voordoen die snel te verhelpen zijn. Zoals een brandblusser die niet direct toegankelijk is, doordat er wat karton voorstaat. Dat is een potentieel gevaarlijke situatie die in tien seconden verholpen kan zijn. Maar als een onveilige generator in de ruimte staat, krijgt de fabrikant langer de tijd om verbeteringen door te voeren.”

Ook Hogue beseft dat het bij audits gaat om een momentopname. “Al zijn de audits erg rigoureuus. Soms doen twee mensen er drie dagen over om een audit te voltooien”, stelt hij. C&A stelt bij de ontdekking van problemen een 'corrigerend actieplan' op. De retailer komt dan een paar maanden later terug om te controleren of de verbeteringen zijn doorgevoerd. “Als we serieuze problemen tegenkomen – 'zero tolerance issues' – dan stoppen we met die fabriek. Dan plaatsen we er geen bestelling meer en zoeken we een ander om samen te werken. Ze moeten wel voldoen aan de minimumstandaarden.”

Dat betekent echter niet dat C&A nooit meer achter zich kijkt, zegt Hogue. “We vragen hen de situatie op te lossen. Het is niet zo dat we alleen de beste fabrieken uitkiezen en de fabrieken met uitdagingen negeren. We helpen de fabrieken die we geaudit hebben aan onze eisen te voldoen, ook als we er even geen bestelling plaatsen.” Hetzelfde geldt voor Zeeman. De retailer laat in zijn [nieuwste mvo-rapport](#) weten de situatie het liefst ter plekke te verbeteren. 'We zouden de samenwerking ook kunnen stoppen, maar daar helpen we de mensen die er werken niet verder mee. Het probleem blijft dan bestaan', klinkt het bij de textielsuper.

### **Samnwerking**

C&A heeft het streven om meer 'supplier ownership' te creëren, zodat leveranciers ook hun verantwoordelijkheid nemen op de momenten dat er geen audits plaatsvinden. “We willen hen tools geven om de sociale en milieuprestaties het hele jaar door te managen.” C&A maakt sinds vorig jaar gebruik van de zogenoemde Higg Index. “Dat is geen audit, maar laat de leverancier zichzelf beoordelen. We willen dat dit onze belangrijkste methode wordt voor het 'pre-screenen' van de milieuprestaties van fabrieken. We wachten nu geduldig op de release van een nieuwe versie om het gebruik ervan in onze supplychain uit te rollen.”

Een tweede speerpunt is de samenwerking tussen merken te verbeteren. “Leveranciers werken vaak voor verschillende merken en worden daardoor meermaals gecontroleerd. Eén leverancier kan iedere maand of soms wel iedere week door een ander merk geaudit worden. Dat is in mijn ogen niet wenselijk. Daarom moeten we van elkaar leren en direct met elkaar samenwerken.” Het delen van de resultaten van de audits is een mogelijkheid, zegt Hogue. “We kunnen ook vertrouwen op de gedragscodes uit onze auditprogramma’s, zodat fabrieken niet telkens worden geconfronteerd met een iets andere aanpak.”

Hogue mikt daarnaast op een betere samenwerking via convenanten in de textielindustrie. Zo is C&A net als onder meer de Bijenkorf, Primark en Inditex lid van de SAC – Sustainable Apparel Coalition. In ons land faciliteert de SER het convenant Duurzame Kleding en Textiel. Daar zijn inmiddels 64 bedrijven bij aangesloten, die samen zo’n tachtig consumentenmerken vertegenwoordigen en goed zijn voor ruim 35 procent van de textielomzet in Nederland. Volgend jaar moet dit doorgroeien naar vijf procent om uiteindelijk op een dekking van tachtig procent te komen.

De SER stelt dat veel van de uitdagingen in de sector ‘complex, internationaal en veelomvattend zijn’, waardoor ze niet door een individueel bedrijf op te lossen zijn. Via het textielconvenant werken Nederlandse retailers samen met de overheid, ngo’s, vakbonden en brancheorganisaties aan verbeteringen op het gebied van arbeidsomstandigheden, milieu en dierenwelzijn. “Dankzij dit convenant worden er nu concrete stappen gezet die de afgelopen twintig jaar door individuele partijen of bedrijven niet zijn bereikt”, stelt voorzitter Mariëtte Hamer. De dialoog binnen het convenant leidt volgens haar tot draagvlak voor verbeteringen. “De basis ligt er nu. De komende vier jaar moeten de verbeteringen merkbaar worden voor de mensen die wereldwijd onze kleren maken.”

Nick Möller