



duurzaamplus.nl

zelfstandig, onafhankelijk en ter zake

Duurzame productieketen is win-win-concept voor drie P's volgens PwC

Door Désirée Crommelin, 19/06/2012

DE DUURZAME PRODUCTIEKETEN IS EEN WIN-WIN-CONCEPT, HÈT

BUSINESSMODEL BIJ UITSTEK. Het is geen keuze meer. “Grondstoffen worden straks zo schaars, dat het lucratief is bij aankoop van een nieuw mobieltje, het oude in te leveren.” Klaas van den Berg, managing director Sustainability bij PwC Nederland noemt het een win-win-concept voor mens, milieu en maatschappij.

“Met statiegeld op zijn producten koopt de producent als het ware zijn grondstoffen weer in bij de klanten”.

“AKZO maakt nu voor vliegtuigen en schepen een nieuwe milieuvriendelijke lak, die minder luchtweerstand biedt. De klant gebruikt minder dure brandstof en bespaart zo kosten, ondanks dat de lak wat duurder is dan andere lakken.”

Duurzame productieketen

Dat duurzaamheid een containerbegrip is, vindt Van den Berg geen probleem. “Het zegt iets over hoe vanzelfsprekend het is geworden. In het begin werd het door de milieubeweging heel eng gedefinieerd en was het bedrijfsleven ‘de grote vijand’. Als een olievlek breidde het gedachtegoed zich echter de afgelopen jaren over de samenleving uit. Duurzaamheid is nu een verworvenheid geworden. Zelfs in het bedrijfsleven spreken we erover als hèt businessmodel, dat over tien jaar de norm zal zijn.” Voorbij zijn de tijden dat duurzaamheid extra eisen en beperkingen met zich meebracht en ook nog kostenverhogend was. “Van de drie P's profiteerden toen People en Planet ten koste van Profit. Zo'n businessmodel werkt niet, dat is filantropie. Je ziet nu de omslag: het bedrijfsleven ontwikkelt businessmodellen met winst voor alle drie P's.” Dat vraagt van bedrijven dat ze teruggaan naar de bron van hun product en daarvan de keten als het ware weer opbouwen door verantwoordelijkheid te nemen voor hun ecologische voetstap.

Maatschappelijk relevant

Ook PwC ziet haar rol als accountant en consultant veranderen. “Naast materiële zaken als cijfers brengen we steeds vaker immateriële aspecten zoals de drie P's bij de klanten onder de aandacht. Het kan allemaal wel juridisch en fiscaal kloppen, maar

moreel wat minder. Je moet een klant tegen zich zelf beschermen en hem op die risico's wijzen.” De taak van zijn afdeling Sustainability is: met onderzoek en prognoses PwC de expertise te geven op de ontwikkelingen op de wereldmarkt in te spelen. Het laatste onderzoek van de afdeling over de schaarste van grondstoffen draagt de veelzeggende titel *‘Minerals and metals scarcity in manufacturing: the ticking time bomb’**.

Duurzaamheid is premium

Met efficiency alleen red je het niet meer in de huidige crises. Uit het onderzoek blijkt dat veel bedrijven te reactief zijn. Hun Pavlov-reactie bij het zien van fluctuerende grondstofprijzen is: Waar kan het een beetje minder? Sommigen hanteren dan nog eens een keertje de kaasschaaf van efficiency, maar dat is kortetermijndenken. Anderen gaan fundamenteeler te werk en stellen zich de vraag: Ga ik mijn producten voor hergebruik terughalen? En weer anderen gaan nog een stap verder en zoeken manieren hun producten van andere, alternatieve grondstoffen te maken? “Deze expertise over grondstoffen, bieden we de PwC-organisatie en onze klanten wereldwijd. Het is geen westers luxeprobleem. China is er al jaren mee bezig door geopolitiek te bedrijven en zich zo van grondstoffen te verzekeren. Het land ontwikkelt daarnaast ook steeds meer alternatieve en duurzame grondstoffen voor zijn producten.” Een producent waar ook ter wereld, kan zich het niet langer permitteren niet duurzaam te opereren. Zeker nu blijkt dat het ook nog eens goedkoper kan zijn. “Mensen willen niet meer vanuit doemdenken en het opgeheven vingertje hun dagelijkse inkopen doen. Ze willen wat goeds kopen: iets van kwaliteit, waarmee niet geknoeid is en zonder schadelijke stoffen.”

“Duurzame producten krijgen steeds meer een premium uitstraling, dat spreekt aan. Niets geen geitenwollen sokken.”

Toon aan de top

Of het nu gaat over verduurzaming of het nieuwe werken, veranderprocessen wekken weerstand. Zij grijpen in in de bedrijfscultuur en in de kennis – dus in zelfvertrouwen van mensen. Zo moeten financiële experts voortaan niet alleen harde cijfers, maar ook meer abstracte gegevens verzamelen om deze te verifiëren. Of vraagt het van een HR-medewerker of een veiligheidsdeskundige een andere benadering van hun dagelijkse routine. Essentieel, noemt Van den Berg in die veranderprocessen de toon aan de top. “Ray Anderson, CEO van InterfaceFLOR, een wereldspeler in de tapijtindustrie was daar een mooi voorbeeld van. Hij wist zijn mensen achter zich te krijgen. Hen te overtuigen van wat hij voor ogen had, dat duurzaamheid een must was, geen modegril. Daarom samen op zoek te gaan naar innovatieve oplossingen.”

Haagse politiek mist duurzame visie

Dat juist diè toon in de politieke top in Den Haag wordt gemist, is een gegeven. “In de net gesloten green deals is de rolverdeling ook anders als voorheen. Het bedrijfsleven

is leidend. Het is tijd voor projecten die economisch en ecologisch rendabel zijn. De onvoorspelbaarheid van de (subsidie)regelingen bij de duurzame energieprojecten doet je afvragen: Hoe duurzaam was het om aan het infuus van de overheid te liggen?” De rol van de overheid wordt faciliterend, het bedrijfsleven bepaalt het tempo en zoekt zelf naar nieuwe allianties om de doelstellingen te realiseren.

“Hoe duurzaam was het om aan het infuus van een grillige overheid te liggen?”

Motivation

In de driemaandelijke barometer die PwC in samenwerking met Motivation sinds 2009 uitbrengt, blijkt dat in de huidige economische crisis het aspect duurzaamheid in beleid stabiel is. Bij 75 procent van de bedrijven blijft dit businessmodel ongewijzigd; tien procent neemt een tandje terug en vijftien procent grijpt de crisis aan meer te investeren om zich op de markt te onderscheiden. “Dat toont aan dat duurzaamheid niet langer iets is dat je erbij doet, maar een geïntegreerd deel is van de huidige economie.”

<https://www.pwc.com/>

©duurzaamplus.nl