



Fair Wear Foundation



B&C Bella Brelies Continental Earth Positive Gildan Hanes Jerzees Jasz Kustom Kit  
Russel Europe PWG Rolini

[www.acpinfo.be](http://www.acpinfo.be)

ambassador sinds 1 mei 2009

Zaakvoerder : Dirk Piret

Aantal werknemers : /



## Contents

Contents .....	2
1. Summary: goals & achievements 2009.....	3
2. Sourcing policy .....	3
2.1.Suppliers' overview .....	3
2.2.Sourcing strategy .....	3
2.3.New suppliers .....	3
2.4.Termination of suppliers .....	3
2.5.Share in turnover .....	3
3. Training and capacity building.....	4
3.1.Activities to inform staff members .....	4
3.2.Activities to inform suppliers.....	4
4. Transparency & communication.....	5
5. Corporate Social Responsibility .....	5



## 1. Summary: goals & achievements 2009

ACP is lid geworden in mei 2009. In de tweede helft van 2009 heeft ACP

- zijn leveranciers geïnformeerd over het deelnemerschap,
- samengewerkt met Schone Kleren Campagne België om de communicatie hieromtrent uit te klaren
- een mailingactie gedaan naar alle gemeentebesturen van Vlaanderen die een "Schone Kleren" raadsbesluit ondertekenden ivm het lidmaatschap FWF (cfr bijlage)
- contact genomen met FWF affiliates om fabrikant-verdeler relaties op te bouwen (Continental Clothing, PWG)

## 2. Sourcing policy

### 2.1. Suppliers' overview

Wic, Falk en Ross Group, Continental Clothing zijn de hoofdleveranciers van ACP in de 2de helft van 2009.

### 2.2. Sourcing strategy

Al onze leveranciers werden op de hoogte gebracht van ons lidmaatschap en werden aangespoord om dit ook te doen.

### 2.3. New suppliers

Vanaf mei 2009 selecteert ACP zijn leveranciers op basis van lidmaatschap FWF of leveren van Max Havelaar producten. In 2009 legde ACP contacten met Continental Clothing, Switcher, PWG.

### 2.4. Termination of suppliers

ACP stopte zijn aankopen bij VERMARC SPORT

### 2.5. Share in turnover

→ van mei 2009 (datum aansluiting) tot en met oktober 2009 (zie werkplan) : 21 % van onze producten zijn aangekocht bij FWF deelnemers

→ van oktober 2009 tot december 2009: (ong.) 45 % van onze producten zijn aangekocht bij FWF affiliate Continental (cijfer afgeleid uit omzet november en december ) (\*)

Gezien ons kort lidmaatschap, vindt ACP dat er een goede start genomen is met het lidmaatschap aan FWF en de uitvoering van de consequenties ervan



Fair Wear Foundation

→ (\*) **probleem:** B&C (product van FWF affiliate Cotton Group, lid sedert nov 2009) wordt door ACP veel verkocht (ong. 60 tot 70 % van de totale omzet). Echter, B&C kan niet rechtstreeks aangekocht worden bij Cotton Group en de hoofdverdelers van ACP (WIC en Falk en Ross) zijn GEEN FWF member. Wat doen we dan met onze B&C producten? Tellen ze mee voor onze "FWF" producten of niet?

ACP zelf is van oordeel dat B&C geen "FWF product" kan zijn omdat FWF gerelateerd is aan fabrikanten/verdelers en niet aan producten. De B&C producten zijn dan ook niet bijgeteld in de omzet van nov en dec 2009.

### 3. Training and capacity building

#### 3.1. Activities to inform staff members

nvt

#### 3.2. Activities to inform suppliers

→ Het inkoopbeleid is vooral gericht op de klant (de eindgebruiker). Zijn keuze bepaalt wat acp inkoop.. Sedert begin 2009 promoten we "schone kleren" bij onze klanten. ACP probeerde zoveel mogelijk textiel van Continental (= deelnemer van FWF) aan te bevelen, te verkopen.

**Hoe deden we dit in 2009?** : . We verkochten meestal via internet, niet via showroom. We hebben onze website aangepast sedert april 2009 om het Continental assortiment te promoten. Om zoveel mogelijk bezoekers op onze website te krijgen organiseerden we een wedstrijd die vooral gericht is naar jeugdverenigingen. (startdatum: 3 april 2009 aflooptdatum 12 juni 2009). Zo kregen deze bezoekers onmiddellijk een blik op het assortiment "schone kleren". In een eerste fase bestond de prijs nog uit textiel van B&C (op dat moment was de Cotton Group nog geen FWF deelnemer). Het is onze bedoeling om de klant te sensibiliseren om "Schoon" textiel aan te kopen.

→ we voerden actief promotie om werkkledij te verkopen naast onze promokledij. Voor deze werkkledij deden we beroep op het textiel van PWG, ook FWF deelnemer. De contacten met PWG zijn opgestart in augustus 2009. Tot en met einde 2009 zijn er nog geen producten van PWG verkocht.

→ we voerden actief promotie om onze bestaande grote leveranciers (WIC, Falk en Ross) te overtuigen om ook FWF deelnemer te worden. Dit deden we in eerste instantie door mondelinge contacten met onze contactpersoon. We hadden een persoonlijk contact ivm FWF met de vertegenwoordigers van deze firma's; We hopen op deze manier het deelnemerschap aan FWF bespreekbaar te maken bij WIC en Falk en Ross. Beiden leveren B&C.

## 4. Transparency & communication

**Stap 1:** aanpassen van de website waarin deelnemerschap FWF duidelijk werd gecommuniceerd (mei 2009)

**Stap 2 :** regelmatig updaten van de website zodat textiel met FWF label een steeds belangrijker plaats krijgt (laatste update dec 2009) Op deze website vond de toekomstige klant ook uitleg over verschillende labels: FWF, Fair rTrade, Earth Positive, Waardig Werk, Schone Kleren, EKO label, Textil Vertrauen. Sedert aug 09, kan de klant op de verschillende sites doorklikken indien hij/zij dit wenst. De klant komt dan terecht op de website van de stichting of organisatie.

**Stap 3:** in persoonlijk contact met bestaande klanten die bestellen/afhalen, aanbieden van textiel van een FWF member

**Stap 5:** mailing waarom eerlijke handel belangrijk is. We richten een specifiek schrijven naar, gemeentebesturen die een raadsbesluit Schone Kleren goedkeurden.. (zomer 2009) (zie bijlage onderaan)

**Stap 6:** de communicatie gebeurt eveneens via de Schone Kleren Campagne België (Nederlandstalig en Franstalig) . Zij gingen in september 2009 van start met een website [www.schonetshirts.be](http://www.schonetshirts.be) [www.vetementspropres.be](http://www.vetementspropres.be). waar potentiële klanten een offerte kunnen aanvragen oa bij ons. Op 24/11/2009 organiseerden zij een workshop waar wij ook aanwezig waren in het panel.

**Stap 7 :** actief op zoek gaan naar potentiële klanten voor “eerlijk” textiel.

→ Communicatieprobleem 1 : B&C is een product van de Cotton Group die sedert November 2009 FWF member is. Echter, er zijn geen groothandels die FWF deelnemer zijn, waardoor wij geen B&C kunnen aankopen van FWF deelnemers. B&C is een erg gekend merk in België. De communicatie rond FWF wordt op die manier onduidelijk en misschien zelfs ongeloofwaardig voor de eindconsument. Is B&C “fairwear” of niet? Dit probleem werd gesignaleerd aan FWF, samen met FWF ambassador Sparkling Ideas en aan Schone Kleren Campagne België.

→ Communicatieprobleem 2 : Bij de eindconsument is er onduidelijkheid over FWF en Fairtrade. Fairtrade heeft fairtrade producten, FWF verwijst naar deelnemerschap. Een eenvormigheid dringt zich op. Eventueel zelfs één logo voor producten die èn “Fair Wear” zijn èn Fairtrade.

## 5. Corporate Social Responsibility

→ We legden contacten met FAIRTRADE om ook die weg op te gaan (groothandel ECOLENA) + kennismakingsdag op 9/12/2009

→ We legden contacten met HEMP AGE (FWF deelnemer sedert sept 09) en zullen hier mee verder gaan in 2010.

→ Ecologie : Druktechnieken: alle textiel wordt door ons uitsluitend bedrukt met op water gebaseerde inkt, vrij van solventen, zware metalen en weekmakers. Ons reinigingssysteem is zo aangepast dat geen inktresten in het milieu kunnen terechtkomen.



## Fair Wear Foundation

Op dit vlak kiezen we de moeilijke weg. De meeste van onze collega's gebruiken solventinkten welke veel makkelijker in het gebruik zijn maar enorm milieubelastend.

→ onze website is aangepast met tips voor de klant : "hoe kan u duurzaam consumeren":

### ***U kan zelf ook iets doen!***

*6 tips om mee te werken aan duurzame ontwikkeling*

#### **1. Kies voor wit of lichtgekleurd textiel**

*Er is minder kleurstof (pigment )nodig in het productieproces. De arbeiders werken hierdoor in gezondere omstandigheden. Kleurstoffen zijn meestal erg belastend voor mens en milieu. Bij het drukken op lichte stof worden er eveneens minder pigmenten gebruikt. Hierdoor kan de inkt vloeibaarder gemaakt worden en wordt beter door de stof opgenomen. De bedrukking is wasvaster en gaat langer mee. Wit of lichtgekleurd textiel is meestal goedkoper. Ook drukwerk op dit textiel verlaagt de kostprijs.*

#### **2. Kies voor een bedrukking met inkt op waterbasis.**

*Deze inkt is vrij van solventen en zware metalen en laat ook toe om enkel milieuvriendelijke producten te gebruiken in de drukkerij. Een bijkomend voordeel van inkt op waterbasis : op de bedrukking mag gestreken worden, de bedrukking kleeft niet aan uw strijkijzer.*

#### **3. Kies voor textiel van goede kwaliteit.**

*U betaalt iets meer, maar uw kledingstuk gaat langer mee.*

#### **4. Kies voor bamboe of biologisch katoen**

*Bamboe is de meest duurzame van de natuurlijke stoffen en heeft natuurlijke antibacteriële eigenschappen. Bamboe is makkelijk te telen en weinig belastend voor milieu.*

#### **5. Wees creatief**

*De modekleuren voor de winter 2009-2010 zijn eerdere donker (zwart, paars, oceaanblauw). Sommige ontwerpers combineren ook met geel en rood!! Gebruik ook uw creativiteit om lichtgekleurd textiel (tip 1) een hippe look te geven door te kiezen voor een originele bedrukking.*

#### **6. Wees kritisch**

*Ecologisch, biologisch, groen, duurzaam ondernemen, code of conduct (gedragscode)...het zijn vaak ook lege modewoorden. Iedereen lijkt te gaan voor zijn eigen label. De klant weet niet meer te kiezen. Wij sloten ons aan bij FWF omdat het onmogelijk is om alles zelf te controleren FWF voert onafhankelijke controles uit in de fabrieken naar de arbeidsomstandigheden. FAIRTRADE ondersteunt de boeren en telers, waardoor deze een eerlijke prijs krijgen voor hun producten.*



Fair Wear Foundation

Steeds meer steden en gemeenten staan achter de campagnes:  
"Schone kleren" en "Waardig werk"

Het zal U daarom ook interesseren dat wij (**acp**)  
als **eerste bedrijf in Vlaanderen** zijn aangesloten bij **FWF**.

**FWF** is een initiatief dat o.a. door middel van gedragscode  
en onafhankelijke controle de sociaal verantwoorde  
productie van kleding wil garanderen ([www.fairwear.nl](http://www.fairwear.nl))

Wij kunnen U **werkkledij** aanbieden voor diverse gemeentelijke  
diensten zoals **brandweer, groendienst, reinigingsdienst...**

Onze fabrikant/groothandel van deze "**schone**" **werkkledij**  
is eveneens aangesloten bij **FWF**.

**Wij zorgen voor gewenste pasmodellen en/of komen  
langs voor een pas-sessie.**

**acp** is leverancier van bedrukte/geborduurde vrijetijds,  
sport- en werkkledij.

Ons promotioneel gamma (T-shirts, polo's...) vindt U op onze  
website ([www.acpinfo.be](http://www.acpinfo.be))

U vindt hier ook een breed gamma **klimaatneutraal textiel,**  
**ethische kleding en biologisch katoen.**

**acp** drukt uitsluitend met milieuvriendelijke inkt op waterbasis,  
vrij van solventen en zware metalen

bedrukken en borduren  
promo- sport- en werkkledij



[www.acpinfo.be](http://www.acpinfo.be)

aangesloten bij



**Richard Caluwaertsstraat 11 2880 Bornem 03 889 02 16 [info@acpinfo.be](mailto:info@acpinfo.be)**