

## De levenscyclusanalyse

# You can't manage what you can't measure

Door globalisering en specialisering is het steeds lastiger geworden om te achterhalen waar de materialen en producten die je als bedrijf nodig hebt precies vandaan komen en onder welke (sociale en milieu)omstandigheden ze zijn gemaakt. Hoe kom je bijvoorbeeld te weten waar het katoen van jouw product is verbouwd, of daar gewasbeschermingsmiddelen voor zijn gebruikt en of de werkers voldoende betaald worden?

Niet alleen zijn er talloze voorbeelden van hoe reputatieschade geleden is door bedrijven die daar onvoldoende aandacht voor hadden. Bedrijven als Unilever en DSM zien bovendien dat hun ecologisch beter presterende producten ook in de markt beter presteren dan de 'grijze' variant, door een hogere marge én grotere groei. Ten slotte zal in de toekomst steeds vaker de vervuiler gaan betalen, onder andere door de CO<sub>2</sub>-belasting over de gehele keten. Ook investeerders zien dat en houden daar rekening mee, zie bijvoorbeeld de [brief van Larry Fink](#), Blackrock, aan de CEO's.

Met een ketenanalyse (LCA) breng je de milieu-impact van de gehele keten van een product of dienst in kaart; van delving tot en met levenseinde. Het biedt bestuurders de environmental intelligence om betere producten in de markt te zetten en te kunnen besluiten of circulaire businessmodellen het gewenste effect hebben. Voor een overhemd bijvoorbeeld gaat het dan om de productie van katoen, het spinnen van garen, het weven van een doekconfectie, transport maar ook uiteindelijk het wassen en strij-

ken tijdens het gebruik, en het recyclen of verbranden ervan nadat het product is weggegooid.

Het is belangrijk dat organisaties naar de hele levenscyclus kijken en niet alleen naar de milieu-impact van hun eigen productie. Om bij textiel te blijven: bedrijven besluiten met hun ontwerp direct over de milieu-impact. Een kreukvrij overhemd bestaat alleen dankzij een chemische behandeling. Hiervoor zijn extra chemicaliën nodig die hun milieudruk hebben. Aan de andere kant hoeft zo'n overhemd niet te worden gestreken wat besparingen oplevert tijdens het gebruik. Naar welke kant slaat de balans uit en welke keuze maak je als bedrijf?

Voor veel bedrijven geldt: de meeste milieu-impact vindt plaats bij de leveranciers of tijdens het gebruik van producten. De impact hiervan is meestal veel groter dan de "eigen" footprint. Over die ketenimpact bij leveranciers heb je als inkoop grote invloed, de impact bij gebruikers kan de vormgever beïnvloeden. Zij hebben zo de sleutel in handen voor verduurzaming.



Er zijn diverse instrumenten en normen zoals [ISO 14040/44](#) beschikbaar waarmee je een ketenanalyse kunt opstellen (zie ook achterin dit magazine), waarbij het belangrijk is dat iedereen dezelfde spelregels hanteert om - indien je aan bijvoorbeeld leveranciers een ketenanalyse vraagt - daadwerkelijk te kunnen vergelijken.

Ecochain levert milieu-informatie op product- en organisatieniveau waarmee bestuurders de environmental intelligence hebben om betere producten in de markt te zetten en te kunnen besluiten of circulaire businessmodellen het gewenste effect hebben.