



## INSPIRED-TALENT

logistics and supply chain professionals

- ▶ Voorwoord door Prof. Dr. Nick van Dam
- ▶ Interviews met:
  - Willem Swager** – Patagonia
  - Anne Renkema** – Signify
  - Vincent Peters** – Catharina ziekenhuis
  - Sjoerd Trompetter** – Naïf
  - Wouter Samama** – Kraft Heinz
  - Jip Kelderman** – Trainee Inspired-Talent
- ▶ Gastcolumn:
  - Marjan de Bock - ImpactBuying



# Inspiratie voor duurzaam presteren

Voor Human Resources en Supply Chain Professionals

SJOERD TROMPETTER, OPRICHTER NAÏF CARE

# “Stap voor stap de hele supply chain verduurzamen”

De huidverzorgingsproducten van Naïf hebben allemaal een volledig natuurlijke basis. Nu het merk ook internationaal sterk groeit, wordt de impact van de supply chain groter. En dus is het tijd om ook verpakking, transport en logistiek te verduurzamen. Een kijkje in de keuken bij Sjoerd Trompetter, één van de twee oprichters van Naïf en verantwoordelijk voor operations en supply chain.

Door Marielle van Gastel

En kleine tien jaar geleden werden de studievrienden Sjoerd Trompetter en Jochem Hes allebei voor het eerst vader. Ze werden grootverbruiker van babyproducten en lazen eens goed de tekst op de verpakking. Ze kwamen tot de ontdekking dat één van de hoofdbestanddelen van crèmes plastic is en dat er nog veel meer rommel in zit die ze eigenlijk niet op de billen van hun baby wilden smeren. Ze verbaasden zich er ook over dat bodylotions, crèmes en doucheproducten populaire cadeauartikelen zijn voor vrouwen, maar dat de varianten voor baby's en kinderen zeer onaantrekkelijk waren. Wie geeft er nou een pot Zwitsal als kraamcadeau? De ondernemende heren trokken de stoute schoenen aan, zegden in 2013 hun goedbetaalde banen op en startten Naïf Care, een huidverzorgingsmerk voor baby's en kinderen. Omdat ze zagen dat moeders de producten ook voor hun eigen huid gebruikten, kwam er al snel een vrouwenlijn gebaseerd op dezelfde principes: topkwaliteit producten die goed zijn voor je huid, volledig op natuurlijke basis, gecombineerd met een leuke ervaring in de breedste zin van het woord. Van de verpakking tot de distributiekkanalen en van de radioreclames tot social media, overall worden de aspecten natuurlijk en verantwoord gecombineerd met waarden als schoonheid en genieten.

## Een eigen bedrijf starten is nogal een stap. Waar begin je?

“We zijn begonnen met het uitwerken van ons idee. Daarvoor hebben we heel veel jonge moeders gesproken, maar ook mensen uit de huidverzorgingsindustrie en andere ondernemers. Toen we ons plan helder hadden, zijn we op zoek gegaan naar een cosmeticabedrijf dat onze producten kon maken. Dat was best lastig, want wij wilden zo ongeveer alles anders doen dan gebruikelijk was in de industrie. Het is ons gelukt om de meest gerenommeerde fabrikant van Nederland te triggeren, puur op basis van ons enthousiasme. Toen die deal rond was, zijn we ons meteen gaan storten op de sales. Het ontwikkelproces duurde negen maanden, maar we hebben mock-ups laten maken waarmee we langs de deuren konden. We zijn gewoon met cold selling begonnen: retailers bellen waar we graag in de schappen wilden staan.

## Hoe heb je jullie leverancier overtuigd om speciaal voor jullie een productielijn op te zetten?

“Tja, dat was puur gunnen. Ik weet nog dat hij zei: “Als jullie hier zo verschrikkelijk in geloven dat jullie zulke goedbetaalde banen opzeggen, waarom zou ik dat dan niet doen?” De



toon die eronder lag was wel: voor jullie willen we best een volledig duurzaam proces opzetten, maar ons interesseert die sustainability eigenlijk helemaal niet. De markt was destijds enorm kostprijs gedreven. Die leverancier is nu blij dat ze zoveel kennis hebben opgedaan van het productieproces van een volledig natuurlijk product. Want vandaag de dag moet ieder bedrijf een visie hebben op duurzaamheid. Via ons heeft die leverancier capabilities opgebouwd waar ze anders veel langer over hadden gedaan.”

## **Julie hebben net de B Corp certificering ontvangen. Wat draagt zo'n certificaat bij?**

"Naast dat je aan de buitenwereld laat zien dat je duurzaam opereert, herinnert het je ook intern dat je over ieder onderwerp moet nadenken. In de eerste plaats natuurlijk over de producten zelf. Op dat vlak liggen er alleen maar kansen. Wist je bijvoorbeeld dat een gewoon billendoekje voor 95% uit plastic bestaat? Wij hebben een plantaardig alternatief ontwikkeld dat én beter is voor je billen én voor het milieu. Je kunt ze bovendien ook voor je handen en gezicht gebruiken.

Daarnaast denken we na over andere aspecten. Zo kun je bij ons via CO<sub>2</sub> ook de CO<sub>2</sub>-uitstoot van het product compenseren. We werken samen met de Plastic Soup Foundation. Qua logistiek kun je je e-commercepakketje zelf ophalen via PostNL Pakketpunt en we starten met fietskoeriers om te voorkomen dat een stinkend dieselbusje voor ons een stad in moet. Het is een duurdere oplossing, maar dat doen we graag. Daarnaast hebben we onze doosjes verkleind, zodat er minder opvulmateriaal nodig is en ze tijdens transport minder ruimte innemen. Dat zijn allemaal kleine stapjes die samen een groot verschil maken. B Corp fungeert op dat vlak ook als een inspiratiebron om op zoek te gaan naar nieuwe kleine stapjes die we kunnen zetten.'

## **Julie hebben slechts 13 mensen in dienst, maar inmiddels wel een groot assortiment, veel distributiekanaal en jullie zijn actief in 12 landen. Hoe doe je dat?**

'Naast mij zijn slechts twee andere medewerkers verantwoordelijk voor operations en supply chain. Dat is genoeg omdat we op alle vlakken met partners werken. We hebben die partnerships vergaand geautomatiseerd, dus er zijn heel weinig dagelijkse handelingen die wij hoeven te verrichten. Zoals gezegd ligt de productie bij een

cosmeticafabrikant en hebben we de opslag en distributie van gereed product uitbesteed aan een logistiek partner. De meeste producenten van grondstoffen en halffabricaten houden voor ons voorraad, zoals de leverancier van de tubes. Wij hoeven die alleen maar op het juiste moment af te roepen. Omdat we dat werk zoveel hebben geautomatiseerd, kunnen wij ons focussen op de meer strategische beslissingen zoals: hoe lang kunnen we nog vooruit met het distributienetwerk dat we nu hebben? Hoe behouden we snelheid zonder dat we in ieder land waar we aanwezig zijn een eigen distributiecentrum hebben? Daarnaast bestaat een groot deel van ons werk uit zorgen dat onze partners ook duurzaam werken. Voor ons bedrijf is dat vanzelfsprekend, voor hen niet."

## **Waar halen jullie talent vandaan?**

"Het mooie van een bedrijf met een purpose is dat talenten jou makkelijker vinden dan jij hen. Jonge mensen willen vandaag de dag liever bij een duurzame start-up werken dan bij een oliebedrijf of een bank. Iedereen die hier solliciteert is ook echt begaan met onze wereld, met het milieu. Ze willen zelf graag een bijdrage leveren en realiseren zich dat ze als individuele consument nooit zoveel impact kunnen hebben dan als werknemer bij een bedrijf dat in alle aspecten van de supply chain duurzaam probeert te zijn."

## **Je hebt zelf bij ExxonMobil Chemicals gewerkt, het grootste oliebedrijf ter wereld en een grote grondstoffenleverancier van plastic. Hoe kijk je daar nu naar?**

"Ik heb daar absoluut geen spijt van, want Exxon is een heel professioneel bedrijf, met ontzettend veel kennis. Ze hebben de technologie in huis om producten te maken die je iedere dag gebruikt. Maar hoe langer ik er werkte, hoe groter het besef werd dat je als individu zelf een keus hebt om de

wereld te verbeteren. Het is een enorme drijfveer om Naïf te laten groeien en zo onze impact te vergroten. Wij durven nu bijvoorbeeld met retailers het gesprek aan: "als je zegt dat je duurzaamheid belangrijk vindt, waarom verkoop je dan nog producten die grotendeels uit plastics bestaan?" Een paar jaar geleden waren we al lang blij dat we in het schap stonden. Nu durven we onze stem te verheffen. En ik ben ervan overtuigd dat er over een paar jaar geen markt meer is voor producten die ons milieu vervuilen. Hoe groter wij zijn, hoe meer we die boodschap kunnen uitdragen en hoe meer mensen zich realiseren dat ze een keus hebben."

## **Wat is jouw advies aan young professionals die zelf impact willen maken?**

"Wees overtuigd van jezelf en durf groot te denken. Als jij werkelijk een idee in handen hebt waarmee je de wereld kunt verbeteren, dan zijn grote bedrijven bereid om met je samen te werken. Ongeacht of je voor jezelf wilt beginnen of solliciteert op een functie die buiten je bereik lijkt, heb gewoon lef en doe het met overtuiging. Dan gaan anderen daar wel in mee. Wij maken zelf lijstjes met dingen die we willen bereiken. Bijvoorbeeld klanten die we willen aanhaken, milieudoelstellingen op het gebied van productie en logistiek. Zo'n doel lijkt in eerste instantie vaak heel groot en ver weg, maar door er stapsgewijs naar toe te werken, kom je veel verder dan je in eerste instantie denkt. Mits je het maar met overtuiging doet."



**EEN TALENT**

**ONTWIKKELT ZICH**

**NIET ALLEEN.**

**Samen ontwikkelen we de supply chain leiders van de toekomst.**

[www.inspired-talent.com](http://www.inspired-talent.com)

Doe ook mee! Neem contact op met Evie Jetten, bel 06 42487766 of mail [evie@inspired-talent.com](mailto:evie@inspired-talent.com)



**INSPIRED-TALENT**  
logistics and supply chain professionals