

Świadomy wybór materiałów i rolnictwo regeneracyjne. Nowe, jeszcze bardziej ekologiczne cele marki Timberland do 2030 r.



„Oddawać więcej niż potrzeba” - to ambitne wyzwanie jednej z najbardziej „zielonych” marek na świecie przyświecać będzie nie tylko w kampaniach reklamowych, ale i na każdym etapie produkcji. Od projektu do półki sklepowej. To śmiałe oświadczenie ogłoszone dziś przez przedstawicieli marki oznacza, iż produkty z kultowym drzewkiem mają mieć pozytywny wpływ na środowisko. W skrócie? Nie tylko w zgodzie z Naturą, ale i dla Natury. Z nadwyżką.

Realizując swoją wizję „Net Positive”, Timberland z dniem 1 września 2020 r. wyznacza sobie dwa konkretne cele do osiągnięcia do 2030 r.:

- **100% produktów zaprojektowanych pod kątem tzw. „circular design”, czyli świadomego doboru materiałów**
- **100% naturalnych surowców pozyskiwanych z rolnictwa regeneracyjnego**

„Dzisiejsze środowisko jest w fatalnym stanie. Jako marka modowa jesteśmy częścią problemu”- mówi Joanna Zająć-Cekiera, Senior Marketing Manager marki Timberland. „Przez dziesięciolecia marka Timberland starała się zminimalizować ten wpływ, ale nadszedł

czas, by zrobić coś więcej. Wyobraź sobie but, który oddaje Naturze więcej dwutlenku węgla niż wyemitowano podczas jego produkcji. Podążając za przykładem natury i skupiając się na idei circular design i rolnictwie regeneracyjnym, dążymy do przeważenia szali, tzn. dawać Naturze więcej, niż jej zabieramy - wyjść poza zrównoważony rozwój i pomóc Naturze rozkwitać. Jesteśmy niesamowicie podekscytowani tą ideą i mamy nadzieję, że zainspirujemy całą branżę do współpracy i zmiany trajektorii naszej wspólnej przyszłości". Poprzez świadomy dobór materiałów Timberland stara się dążyć do produkcji pozbawionej odpadów. Poprzez pozyskiwanie dziewiczych surowców naturalnych za pomocą rolnictwa regeneracyjnego, marka wierzy, że może mieć pozytywny wpływ na przyrodę.



Cykliczność produktu

W naturze wszystko ma swe zastosowanie i wszystko można ponownie wykorzystać - nic się nie marnuje. To zamknięta pętla. Celem Timberland do 2030 roku jest, aby wszystkie produkty marki - obuwie, odzież, akcesoria - były projektowane w duchu idei „circular design”. W pierwszej kolejności produkty zostaną wykonane z materiałów, które w innym przypadku zostałyby zmarnowane (np. plastikowe butelki, resztki ze skóry, pozostałości po wełnie). Produkty zostaną również zaprojektowane tak, aby nadawały się do recyklingu „pod koniec okresu użytkowania”, by można je było demontować i przekształcić w coś zupełnie nowego.

Rolnictwo regeneracyjne

Timberland stawia sobie również za cel, aby wszystkie naturalne materiały wykorzystywane w produktach marki były pozyskiwane za pomocą rolnictwa regeneracyjnego. Czym właściwie jest rolnictwo regeneracyjne? To przede wszystkim zachęcanie rolników do współgrania z rytmem przyrody. Tego typu rolnictwo pozwala na większy odpoczynek i odrost traw, co prowadzi do lepszego pożywienia dla zwierząt rolnych i zdrowszej gleby. Takie praktyki wspierają różnorodność biologiczną i zwiększają produktywność gleby, zapewniając większą odporność na susze i ulewne deszcze, które z każdym dniem są dla planety coraz większym zagrożeniem.



Timberland intensywnie pracuje nad zbudowaniem solidnego łańcucha dostaw skóry regeneracyjnej w USA, Australii i Brazylii. Marka ogłosiła niedawno partnerstwo z Savory Institute w celu finansowania badań nad wymiernymi korzyściami regeneracyjnych praktyk rolniczych. Tej jesieni Timberland wprowadza na rynek swoją pierwszą kolekcję butów wykonanych ze skóry regeneracyjnej, mając nadzieję na coraz intensywniejsze jej wykorzystywanie w kolejnych sezonach. Skóra, z której wyprodukowany jest najnowszy model butów Timberland została pozyskana z regeneracyjnych rancz Thousand Hills Lifetime Grazed w

USA.

„Natura sama w sobie jest zrównoważona. Ekosystemy współpracują ze sobą w doskonałej harmonii” - mówi Joanna Zająć-Cekiera. „Współczesna cywilizacja rzuca nam wyzwanie, ale jak wielokrotnie widzieliśmy, natura ma wrodzoną moc odnawiania się i regeneracji, gdy tylko nadarzy się taka szansa. A my, ludzie, możemy działać jako szafarze tego procesu. Taka jest nasza wizja na kolejne 10 lat - odzyskamy węgiel tam, gdzie należy i ostatecznie oddamy glebom więcej niż zabieramy”.

Timberland od dawna jest liderem odpowiedzialnych innowacji. Jako członek-założyciel Leather Working Group (LWG) w 2005 r. marka pomogła i wciąż pomaga w przyjmowaniu najlepszych praktyk środowiskowych w całej branży oraz w garbarniach na całym świecie. Obecnie Timberland pozyskuje swe surowce prawie wyłącznie z garbarni, które uzyskały złotą lub srebrną ocenę LWG. Marka Timberland podniosła również poprzeczkę w zakresie odpowiedzialnego projektowania, wraz z wprowadzeniem w 2007 roku oryginalnych butów Earthkeepers®, wykonanych z recyklingowanych butelek PET i gumowej podeszwy, naturalnie, również z recyklingu. W 2010 roku marka kontynuowała swój pierwszy krok w kierunku „circular design” z butami Earthkeepers 2.0 - zaprojektowanymi tak, aby można je było całkowicie zdemontować do recyklingu w momencie zakończenia ich użytkowania. Tej jesieni Timberland ponownie rusza z platformą Earthkeepers jako ostateczny wyraz ekoinnowacji.