

duurzaam ondernemen

Duurzaam schoonmaken

Branche lanceert nieuw initiatief

De Europese brancheorganisatie van was- en reinigingsmiddelenfabrikanten heeft eind vorig jaar een vrijwillig initiatief gelanceerd om duurzaam ondernemen in de sector naar een nog hoger plan te tillen. Het Charter for Sustainable Cleaning borduurt voort op eerdere, succesvol afgesloten programma's en verplicht bedrijven die het onderschrijven, om jaarlijks hun prestaties op veiligheids- en milieugebied niet alleen te verbeteren, maar ook door een externe partij te laten verifiëren.

De Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten (NVZ) is gevestigd in een monumentale villa in de omgeving van Slot Zeist. Een prachtig pand, dat begin jaren negentig van de burgerbescherming is gekocht en waar naast de NVZ ook de Nederlandse Cosmetica Vereniging resideert.

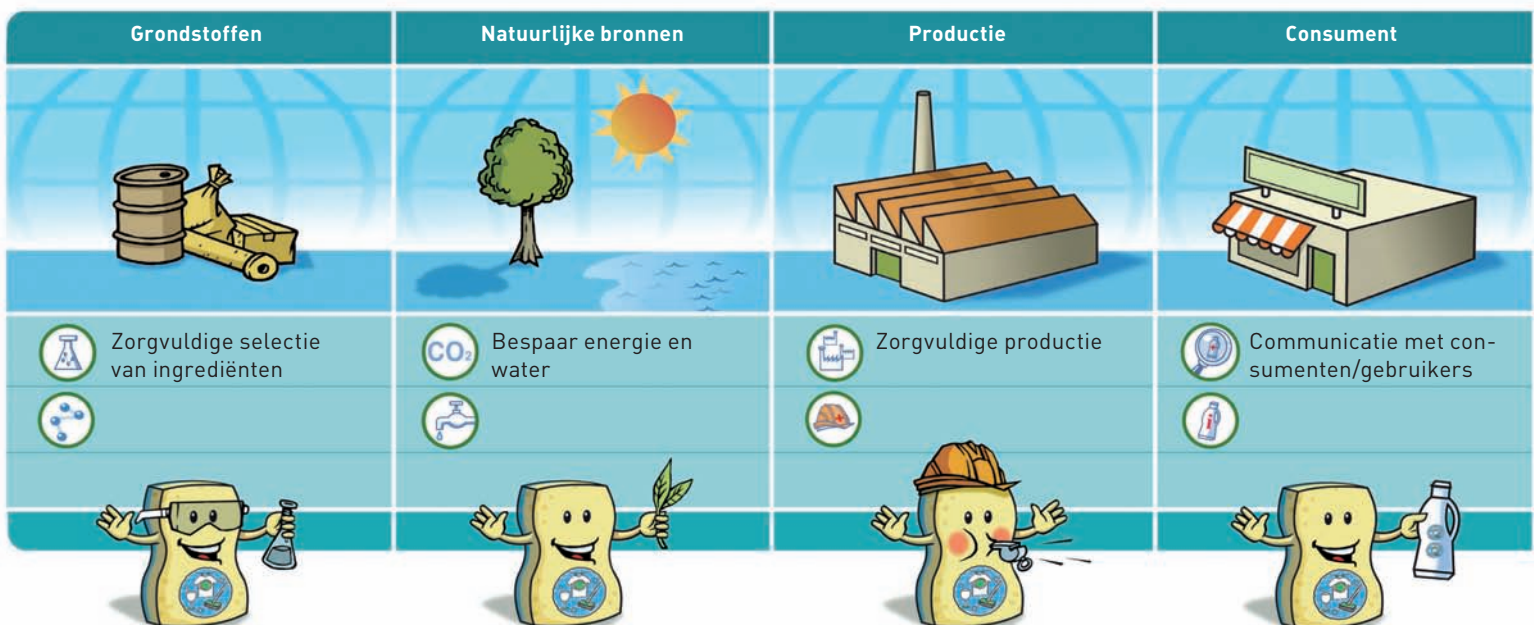
Technisch directeur Hans Razenberg van de NVZ legt samen met verenigingscoördinator Marlies Verlinde uit dat het Charter een logisch vervolg is op verschillende initiatieven van de branche op het gebied van duurzaam ondernemen. 'Zo hebben we een paar jaar geleden al de 'Code of Good

Environmental Practice' succesvol afgesloten. Dit project richtte zich op textielwasmiddelen voor consumenten en is in Nederland vooral bekend van de reclamespotjes op tv en radio. Door de aansprekende resultaten (zie kader, red.) hebben we veel goodwill gekweekt bij ngo's en politici, met name op Europees niveau.' Tegelijkertijd werkte de branche samen met Cefic aan het heraproject: de meestgebruikte ingrediënten van textielwasmiddelen beoordelen op hun veiligheid voor mens en milieu. Inmiddels zijn er 37 risicobeoordelingen van meer dan 250 chemische stoffen afgerond en heeft het project

een schat aan ervaring opgeleverd voor REACH en GHS (Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals). Het eindrapport draagt dan ook niet voor niets de subtitel 'Five years ahead of REACH'.

Bredere opzet

Het nieuwe Charter combineert elementen uit beide projecten, maar bevat daarnaast tal van nieuwe aspecten. Razenberg: 'Het is in ieder geval veel breder van opzet. Zo kijken bedrijven niet alleen naar een veilige en verantwoorde keuze van hun grondstoffen, maar besteden ze ook veel aandacht aan het voortdurend



verbeteren van hun prestaties op het gebied van veiligheid, gezondheid en milieu. Daar waren ze overigens al volop mee bezig, want vanaf eind 2005 is de Europese Detergentenverordening van kracht. Die stelt niet alleen zwaardere milieueisen aan schoonmaakmiddelen, maar zorgt er ook voor dat een gebruiker meer informatie krijgt over het product. Mensen met een allergie kunnen hierdoor een betere keus maken. De Charter besteedt extra veel aandacht aan de communicatie met consumenten. Speciale pictogrammen maken in één oogopslag duidelijk hoe een consument het beste met een bepaald middel om kan gaan. Nieuw is ook dat de bedrijven die het Charter onderschrijven, zich verplichten om jaarlijks over tien indicatoren te rapporteren. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om het energieverbruik, de CO₂-uitstoot, de ongevallenfrequentie en de gebruikte verpakkingen. Een van de grote verschillen met het Global Charter van de chemische industrie is, dat de was- en reinigingsmiddelenfabrikanten al snel inzagen dat deze informatie niet echt overtuigend overkomt als een externe partij het niet controleert. Razenberg: 'Bedrijven die het Charter van de chemische industrie onderschrijven, mogen het Responsible Care-logo voeren, maar hoeven over hun gegevens geen verantwoording af te leggen. Het grote verschil met onze branche is dat er

harde eisen gelden en dat bedrijven hierop ook door een externe partij worden gecontroleerd.'

Extranet voor leden

Om het de NVZ-leden niet al te moeilijk te maken, heeft de Europese branchevereniging van was- en reinigingsmiddelen (AISE) flink geïnvesteerd in de bouw van een extranet met de benodigde software. 'Want je moet je leden natuurlijk wel de tools geven om hiermee aan de gang te kunnen gaan', benadrukt verenigingscoördinator Marlies Verlinde. 'De overheid legt ons ledenbestand, dat voor het merendeel uit mkb-bedrijven bestaat, al meer dan genoeg administratieve verplichtingen op. Dan moet je als branchevereniging niet nog eens met iets extra's komen. Bovendien sluiten de eisen uit het Charter voor een groot deel aan bij bestaande managementsystemen, zoals ISO 14001 en EMAS. Bedrijven die graag willen weten waar ze staan op duurzaamheidsgebied, kunnen via het extranet een benchmark uitvoeren. Hun eigen resultaten kunnen ze vervolgens vergelijken met de anonieme resultaten van vergelijkbare bedrijven.' Half september verschijnt overigens het eerste Europese duurzaamheidsverslag van de sector op www.sustainable-cleaning.com

Maar hoe benadruk je het belang? En hoe maak je als vereniging voor je leden inzichtelijk dat het Charter een toegevoegde waarde heeft? Razenberg: 'De gemiddelde consument is wel degelijk geïnteresseerd in duurzaamheid, blijkt keer op keer uit allerlei onderzoeken. Maar ook ngo's en wet- en regelgevers vragen steeds meer transparantie van bedrijven. En met behulp van het Charter kunnen bedrijven hier invulling aan geven. Dat is bovendien ook goed voor hun imago. Want als je als bedrijfstak kunt laten zien dat je serieus werk maakt van duurzaam ondernemen en bouwt aan je reputatie, zijn de gevolgen minder groot als er onverhoopt eens een keer iets mis mocht gaan.'

Meer ondernemingsruimte

Daar kan een aantal NVZ-leden over meepraten. Zo zakte de verkoop van luchtverfrissers vorig jaar flink in, nadat de Consumentenbond er een vernietigend stukje over had geschreven. Een van de NVZ-leden liet het er

Resultaten Code

- Minder energieverbruik, ter grootte van het jaarlijks stroomverbruik van 900.000 Europese huishoudens.
- 250.000 ton minder wasmiddel, genoeg om een rij vrachtwagens te vullen van Brussel naar Barcelona.
- Minder verpakkingen, 1200 vuilophaalwagens hoefden niet te rijden.
- 23 procent minder PBO's (matig biologisch afbreekbare ingrediënten) in wasmiddelen gebruikt en terechtgekomen in huishoudelijk afvalwater in heel Europa.

niet bij zitten en spande een rechtszaak aan. De Consumentenbond moest uiteindelijk rectificeren, terwijl de Voedsel en Warenautoriteit eerder al had aangegeven dat het gebruik van deze middelen volstrekt veilig is. Volgens Marlies Verlinde krijgen bedrijven nét iets meer ondernemingsruimte en 'niet meteen een tik op de vingers' als ze kunnen aantonen dat ze de consument serieus nemen en werk maken van duurzaam ondernemen. 'Daarom heeft uiteindelijk de hele branche profijt van het Charter.' Zeven van de 56 NVZ-leden hebben zich inmiddels aan het Charter geëngageerd. Razenberg en Verlinde gaan er vanuit dat er snel meer zullen volgen. Verlinde: 'Wij beseffen goed dat het met name voor het mkb lastig is om in de praktijk invulling te geven aan het Charter. Kleine bedrijven hebben nu eenmaal per definitie minder tijd en mankracht dan grote ondernemingen. Daar moeten we nog een oplossing voor vinden.' Verder volgt de NVZ met veel belangstelling de ontwikkelingen in Brussel op het gebied van REACH en GHS. De voorzitter van de Europese brancheorganisatie van was- en reinigingsmiddelen, Charles Laroche, waarschuwde in juni tijdens een workshop nog voor 'hyperbolic labelling' van deze producten. Hans Razenberg is het met hem eens. 'Want de kans bestaat dat een flesje afwasmiddel straks hetzelfde symbool krijgt als een fles accuzuur. En daar raakt de consument alleen maar van in de war. Daarom benadrukken wij in onze position papers dat een goede communicatie over de risico's veel belangrijker is dan het puur weergeven van de intrinsieke eigenschappen van chemische stoffen in producten.' ■

Afvalverwerking



Onnodig afval voorkomen

