

Hernieuwde interesse milieu en schoonmaakproducten

Dit jaar is er wat betreft de relatie tussen reinigingsmiddelen en milieu ineens een hernieuwde belangstelling. De producent Dr. Schnell lanceerde begin dit jaar 'groene' reinigingsmiddelen, kort daarop gevolgd door het Ecolabel van Tana Professional, terwijl het Nederlandse Alpheios trots de toepassing meldde van REACH, de nieuwe Europese richtlijn voor veilig gebruik van (onder meer) reinigingsmiddelen. Ook de Belgen bleven niet achter, met een B2B Eco-Event. **DICK VAN ZOMEREN**

In het Belgische Malle wordt door Ecover Belgium al sinds 1980 gewerkt aan de ontwikkeling van reinigingsmiddelen op basis van natuurlijke producten in plaats van grondstoffen die vooral van de petro-chemische industrie komen. De verkoop van die werkelijk groene producten verloopt vooral vanaf 2000 zeer succesvol, want sinds dat jaar is de omzet jaarlijks met 20 procent gestegen. En over de eerste vier maanden van dit jaar was de stijging zelfs 50 procent. De omzet van Ecover bedroeg over 2006 circa 70 miljoen euro, waarvan echter 90 procent op de markt voor gezinshuishoudingen werd behaald. Men vindt dat daar verandering in moeten komen, zodat in samenwerking met Boma in Antwerpen, veruit de grootste handelsonderneming in schoonmaakproducten in de Benelux, nu ook een professioneel assortiment is ontwikkeld en gelanceerd.

EcoHuis

Voor die introductie is door de producent en Boma begin juni in het Eco-

Huis Antwerpen (EHA) in de wijk Borgerhout een B2B Eco-Event georganiseerd, bestaande uit een presentatie van Ecover, plus een toelichting op de verwarring rond het zogenaamde Ecolabel.

De bijeenkomst in het EcoHuis Antwerpen, een 'ecologisch museum' in een voormalige fabriek, werd bezocht door bijna zeventig belangstellenden, voornamelijk Belgen. Onder hen afnemers van Boma en Ecove, eigen schoonmaakdiensten en schoonmaakbedrijven, alsmede gemeenten als Aalst en Leuven, de pioniers die al vijf tot zes jaar met deze milieuvriendelijke producten werken. Onder de belangstellenden ook een handvol Nederlanders, waaronder Peter Kwestro (ex-Unger) verkoopleider Nederland van Boma Nederland in Biddinghuizen.

Ecologische fabriek

Johan Tops, key account manager B2B van Ecover Belgium NV in Malle, schetste een profiel van het bedrijf, dat in 1980 in een oud boerderijtje begon

met de productie van fosfaatvrije wasmiddelen, nog voordat deze in de ban werden gedaan. In 1995 verrees bij Malle een professionele fabriek van Ecover, dat echter al in 1993 door het Verenigde Naties Environment Programm - samen met 500 andere bedrijven - op een lijst werd gezet getiteld de *Global Roll of Honour*. Tops: 'Tot dusver zijn we de enige zeepfabriek op die lijst'. De omzet van 70 miljoen euro is het resultaat van verkopen in 22 landen, gesteund door eigen verkoopkantoren in de Verenigde Staten, Groot-Brittannië en Duitsland. Productie vindt plaats in België, Frankrijk en (bescheiden) in Zwitserland. Het totaal aantal medewerkers van Ecover bedraagt 120. Die eerste groene en ecologische fabriek in België heeft een dak van 6000 vierkante meter, dat zelfs is bedekt rotsachtige plantjes (Sedum of op z'n Vlaams 'Donderbaart') die goed tegen hitte en droogte kunnen. Nog een milieutrekje: de medewerkers die per fiets komen krijgen daarvoor al sinds 1994 een extra vergoeding. Inmiddels is er

nog een fabriek bijgekomen. Sinds dit jaar produceert Ecover ook in Boulogne-sur-Mer in Noordwest-Frankrijk, vlakbij de twee grootste markten voor het bedrijf: Frankrijk en Engeland. Ook het dak van de 10.000 vierkante meter grote fabriek in Frankrijk is voorzien van Sedum, terwijl het regenwater wordt opgevangen voor sanitair gebruik. Zonnepanelen op het dak komen er ook.

Vijf basisproducten

Ecover beschikt over 64 producten voor professioneel gebruik met detergents van plantaardige herkomst. Alleen A-merken volgens Johan Tops, die geen fosfaten of vervangers bevatten, gekenmerkt worden door een lage concentratie oplosmiddelen en vooral huidvriendelijke zijn. De kwaliteit is absoluut gelijk aan óf beter dan conventionele producten, aldus Tops. In samenwerking met Boma zijn voor de professionele markt vijf basisproducten ontwikkeld:

- » Eco Sanitair, op basis van citroenzuur;
- » Eco Swan, een ontkalker op basis van mierenzuur;
- » Eco Interieur (pH 10) voor het interieur;
- » Eco Nett (pH 4) voor harde en gladde oppervlakken;
- » Eco Floor (pH 8) een laagschuimende vloerreiniger.

Dit programma wordt op de markt gebracht onder de noemer Ecover Professional *Techno Green*.

Veel misbruik ecolabels

Technische aspecten rond de groene reinigingsmiddelen van Ecover kwamen aan bod tijdens de bijdrage 'Biosurfactants, een absolute innovatie binnen ecodetergents', door Dirk Develter, manager Research & Development.

Voor leken een nogal ingewikkeld verhaal over de voordelen van biosurfactants (bio-chemisch, natuurlijk ontstaan uit fermentatie) en detergents afkomstig van de petro-chemische industrie. Ecover probeert van die laatste producten ver weg te blijven door bij voorkeur plantaardige en minerale bestanddelen toe te passen, die veiliger zijn voor degene die ze gebruiken en

voor dieren en het milieu. Volgens Ecover worden die grondstoffen 'in unieke ecologische fabrieken op economische en sociaal verantwoorde wijze geproduceerd'.

Peter Malaise is concept manager bij Ecover en vrijwel vanaf de start bij de onderneming betrokken. Zijn inleiding droeg de titel 'Aan de Ecolabels voorbij' en betrof vooral de chaos en het oneigenlijke gebruik van Eco- en andere 'groene' labels bij bijvoorbeeld cosmetische producten en reinigingsmiddelen. Malaise klip en klaar: 'Er is géén internationaal aanvaard Ecolabel!' Aan een uniforme toepassing van een internationaal erkend Ecolabel wordt op Europees niveau al sinds 1993 gewerkt. Nog tevergeefs, want er wordt ongestraft op grote schaal misbruik van gemaakt. Om de verwarring nog groter te maken, hanteren landen als Engeland (White Swan), Frankrijk en Zweden bovendien ook nog eens nationale groenlabels.

Marketinginstrument

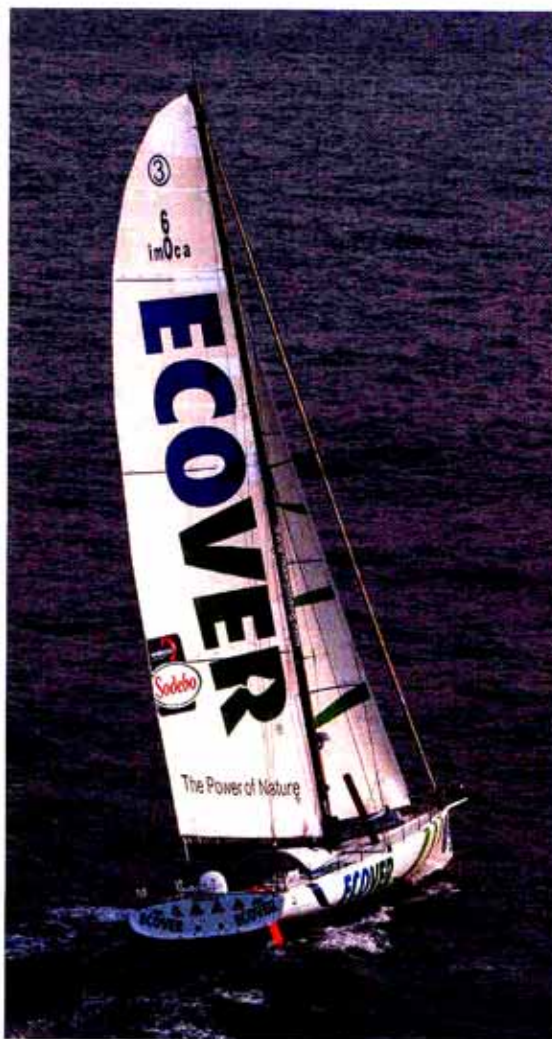
Ecolabels worden volgens Malaise door producenten vooral als marketinginstrument gezien, want voor de productieproblematiek of de veiligheid spelen ze geen rol. 'Fabrikanten redeneren de wetgeving is al streng genoeg, dus daar hoeven we het niet voor te doen.'

De inleider hekelde ook de strategie waarbij met slechts één groen product de indruk wordt gewekt, dat de rest van het assortiment ook milieuvriendelijk is. Dat komt overigens óók in de dienstverlening voor. Sommige textielverzorgers claimen een certificaat voor milieuvriendelijk werken te hebben, terwijl het bijvoorbeeld alleen maar om de schoonloopmatten, poetslappen of handdoeken gaat in plaats van het totale aanbod. Malaise over producenten van conventionele 'milieuvriendelijke' wasmiddelen: 'Van elke 100 gram wasmiddel blijft de petro-chemische toevoeging, zeg maar 10 procent, gewoon achter in het milieu.' Volgens de concept manager zal het nog lang duren alvorens er een algemeen erkend Ecolabel komt. 'Dat moet nog altijd worden ontwikkeld en daarbij is het essentieel om de totale productieketen te controleren, dus ook de grondstofwinning en het transport naar de producent van het eindpro-

duct. Dat is een zaak van samenwerking tussen producenten, consumenten, NGO's (non-gouvernementele organisaties als Milieudefensie) en de distributeurs. Dat duurt dus nog wel even.'

Voor de korte termijn raadt hij aan de bestaande labels alvast te verbeteren, kennis en inzicht van alle factoren te vergroten en als men voor de laagste prijs kiest tenminste duurzaamheids- en milieueisen te stellen.

Erg blij over de aandacht die Ecolabels nu krijgen is het 'geweten' van Ecover niet: 'Wij werken met natuurlijke grondstoffen en leveren een product dat de natuur optimaal ontziet. Maar gezien de onduidelijkheid rond de eisen willen we nu absoluut geen Ecolabel. We hebben geen zin om die piratenvlag in de mast van ons mooie jacht te hijsen.'



'Gezien de eisen willen we geen Ecolabel. We hebben geen zin om die piratenvlag in de mast van ons mooie jacht te hijsen.'