



Duurzaamheidsverslag – DETIC

→ DETIC ondersteunt een filosofie die aansluit bij de evolutie van zijn sectoren

Duurzame ontwikkeling is het op vooruitgang gerichte systeem dat de activiteiten aanstuurt van de DETIC-sectoren: detergents en onderhoudsproducten, cosmetica, aerosols en lijmen en mastieken. Sinds 2013 heeft DETIC hier behoorlijk invulling aan gegeven via zijn eigen, interne waarden. Zo werd de filosofie van de vereniging – de rode draad doorheen al wat zij doet, de diensten aan haar leden alsook de interne en externe communicatie – duidelijk opnieuw geformuleerd. Op die manier wil DETIC de wijze waarop de vereniging haar opdrachten aanpakt beter vertalen en tegenover haar leden de rol van verkenners, van kompas zelfs, onderstrepen.

« DETIC helpt haar leden zich te ontplooiën binnen het nieuwe maatschappelijke model van «Duurzame ontwikkeling».

→ Zeer concrete acties die op constructieve partnerships berusten

Daar waar alle DETIC-sectoren zich aangesloten hebben bij de Belgische alliantie voor duurzame palmolie, evolueren de sectoren apart tegen een eigen tempo, met eigen prioriteiten en hulpmiddelen, daarbij inspeland op de eigen markten en consumenten.

In 2012 – 2013 heeft de detergentensector werk gemaakt van de invoering van nieuwe «product»-criteria in het kader van het Sustainable Cleaning Charter, waarvan de positieve resultaten steeds beter merkbaar worden. Tegen de achtergrond van het sectoraal akkoord voor milieuvriendelijker producten is een eerste informatiecampagne ontstaan (www.goedgewassen.be), die in partnersamenwerking met de FOD Leefmilieu en het OIVO ontwikkeld werd. Betere informatie naar de consument heeft zich in nog meer initiatieven vertaald: de modernisering van de «gebruiksadviezen» (*Safe use icons*), de uitwerking van adviezen inzake duurzaam gebruik, de voorbereiding van een grote campagne in 2014 (I prefer 30°), enz.

De cosmeticasector heeft zich gefocust op initiatieven rond maatschappelijk verantwoord ondernemen. Enerzijds heeft de actualiteit rond haarkleurmiddelen de aanzet gegeven tot een nieuwe website voor de consument. www.mijnhaarkleuren.be werd ontwikkeld door DETIC, de FOD Volksgezondheid en het OIVO. DETIC heeft ook meegewerkt aan de ontwikkeling van het OIRA-project (informatie voor de kappers) in samenwerking met het departement «Welzijn op het werk» van de FOD Werkgelegenheid en de UCB-UBK, de Belgische vereniging van kappers. Op Europees vlak tot slot heeft de industrie een charter voor verantwoorde reclame en commerciële communicatie opgesteld.

De sector lijmen en mastieken is ten strijde getrokken tegen de discriminatie van materialen en voor de promotie van het concept «Duurzaam bouwen». Een actie waarin de sector zich gesteund wist door essenscia en diens gewestelijke secties, en ook door de bouwsector. De aerosolsector van zijn kant is over het kanaal getrokken om zijn Duurzaamheidscharter te verkondigen en de aanzet te geven tot een mogelijk Europees initiatief.

De DETIC-leden werken mee aan het duurzaamheidsrapport van essenscia <http://www.essensciaforsustainability.be>



Economische gegevens

DETIC telt ongeveer 125 leden, die op de Belgisch-Luxemburgse markt een omzet af fabriek van ongeveer 1,7 miljard € geboekt hebben.

Het gros van de producten wordt verkocht aan de consument, maar ook aan instellingen zoals hotels, restaurants, ziekenhuizen en bedrijven.

De cosmeticasector is goed voor een omzet van circa 860 miljoen €. De sector van detergents en onderhoudsproducten boekte een omzet van circa 500 miljoen euro €, de markt voor producten, accessoires en machines voor beroepsmatig gebruik was goed voor ongeveer 150 miljoen € en de sector van lijmen, kleefstoffen en mastieken boekte een omzet van meer dan 130 miljoen € op de Belgisch-Luxemburgse markt.

** Deze cijfers zijn gebaseerd op de gegevens 2012 die rechtstreeks door de DETIC-leden verstrekt werden.*

Sectoroverschrijdend initiatief

→DETIC treedt toe tot de Belgische alliantie voor duurzame palmolie.



Belgian Alliance for
Sustainable Palm Oil

Belgische Alliantie voor
Duurzame Palmolie

Alliance Belge pour une
Huile de Palme Durable

Voor heel wat consumptieproducten brengt een analyse van de levenscyclus aan het licht hoe belangrijk de selectie is van grondstoffen, die volgens een model van duurzame ontwikkeling geproduceerd werden (duurzame aanbestedingen). Dat geldt voor cosmetica, detergents en ook voor lijmen en mastieken. In die context hebben deze sectoren zich in 2013 via DETIC aangesloten bij de Belgische

alliantie voor duurzame palmolie. De Leden van de Belgische Alliantie verbinden zich ertoe promotie te voeren voor duurzame palmolie met als doel ervoor te zorgen dat alle palmolie die in België in hun sector gebruikt wordt, tegen 2015 duurzaam zou zijn. «Duurzame palmolie» betekent dat de olie gecertificeerd is volgens de RSPO-principes en -criteria (Round Table on Sustainable Palm Oil) en dat zij verhandeld wordt volgens één van de RSPO-verhandelsystemen of enig ander minstens gelijkwaardig systeem. De *non-food* sector is niet meteen grootafnemer van ruwe palmolie (meer van oliederivaten) maar is wel voortdurend op zoek naar hernieuwbare grondstoffen die op een duurzame wijze beheerd worden. De traceerbaarheid van palmoliederivaten (waaronder vooral oppervlakreactieve stoffen) is een concreet probleem dat DETIC binnen de Alliantie wil aanpakken. Palmolie wordt daarmee een eerste stap in het proces dat alle DETIC-sectoren ertoe moet aanzetten te kiezen voor duurzame grondstoffen.

Ga ook kijken op: www.sustainabelpalm.be



De sector van detergents en onderhoudsproducten

Al geruime tijd werkt de detergentensector aan de overeenstemming van zijn activiteiten met duurzame ontwikkeling. Daarom heeft de sector allerlei initiatieven opgezet die de duurzaamheid van de ondernemingen in de sector willen verbeteren én om relevante informatie te bieden over het duurzaam gebruik van producten. Dit is bijvoorbeeld informatie over de gebruiksveiligheid en de milieu-impact. Concreet heeft dit geresulteerd in een charter en een sectoraal akkoord en dit in combinatie met consumentencommunicatiecampagnes.



→ Het charter voor duurzaam schoonmaken

Sinds 2005 stellen de ondernemingen uit de detergentensector elk jaar een duurzaamheidsverslag op. Het is gebaseerd op de resultaten van het charter voor duurzaam schoonmaken. Dit door onafhankelijke auditeurs gecontroleerde charter werd door 200 ondernemingen ondertekend, waaronder 68 producenten in Europa (51 ervan zijn actief in België, 31 in het Groothertogdom Luxemburg). Samen vertegenwoordigen zij meer dan 85 % van de detergentenmarkt. Gedurende

de hele levensduur van de producten die zij vervaardigen, hebben deze ondernemingen duurzaamheidsprocedures ingebouwd. Voorts hebben zij zich ertoe verbonden hun duurzaamheidsprestaties verder te verbeteren. Elk jaar publiceren zij ook duurzaamheidsindicatoren. In 2012 en 2013 werden nieuwe «product»-criteria ingevoerd om de slagkracht van het charter te verhogen.

Meer info: <http://www.sustainable-cleaning.com/en.home orb>

Duurzaamheidsindicatoren – Charter voor Duurzaam Schoonmaken – Uittreksels – Europese cijfers.

indicators	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Participating companies (Be)(EU)	(11)(28)	(16)(45)	(30)(70)	(36)(89)	(40)(108)	(51)(130)	(72)(175)	(82)(200)
Occupational health and safety **	0.57	0.55	0.83	0.90	0.98	0,80	0.83	0.79
Consumed energy *	1.34 GJ/t	1.09 GJ/t	1.10 GJ/t	1.05 GJ/t	1.03 GJ/t	0,95 Gi/t	0.91 Gi/t	0.91 Gi/t
CO ₂ emitted *	80.9 kg/t	66.9 kg/t	64.6 kg/t	64.3 kg/t	60.9 kg/t	57.3 kg/t	52.0 kg/t	53.0 kg/t
Consumed water *	1.60 m ³ /t	1.44 m ³ /t	1.47 m ³ /t	1.59 m ³ /t	1.49 m ³ /t	1,40 m ³ /t	1.35 m ³ /t	1.44 m ³ /t
Waste *	10.2 kg/t	12.9 kg/t	11.1 kg/t	10.8 kg/t	12.4 kg/t	11,9 kg/t	12.0 kg/t	12.1 kg/t
Packaging use *	78.0 kg/t	92.7 kg/t	88.6 kg/t	84.6 kg/t	91.3 kg/t	89,9 kg/t	91.3 kg/t	89.8 kg/t

* per ton of production

** accidents on the total employees hours worked at the members' site, expressed per 100.000 man-hours worked by all employees.

Tijdens de 7 volle jaren dat het charter bestaat (2006-2012) hebben de ondertekenaars vanuit een vrijwillig engagement de efficiëntie ervan kunnen aantonen aan de hand van resultaten die op onafhankelijke wijze gecontroleerd worden: energieverbruik (- 19%), CO₂-emissie (-24%), afvalvermindering (- 6 %).

Meer informatie: http://www.sustainable-cleaning.com/en.publicarea_sustainabilityreport orb

→ Het sectoraal akkoord



Sinds 2011 heeft DETIC het beheer op zich genomen van het sectoraal akkoord voor milieuvriendelijker producten, dat in 2010 ondertekend werd door DETIC, de FOD Leefmilieu, COMEOS**, UCM*** en UNIZO****. Veel meer energie nog ging naar de communicatieacties voor de sector. In 2013 is de campagne www.vert-et-propre.be / www.goedgewassen.be van start gegaan, waarmee ook het OIVO***** zich geassocieerd heeft. Het doel van de website is te wijzen op de voordelen van milieuvriendelijker detergents, bij voorkeur producten

met ecolabel en geconcentreerde producten, waarbij de consument ook gevraagd wordt energie en water te besparen door te kiezen voor spaarwasprogramma's en daar waar mogelijk op lage temperatuur te wassen. Tot slot wordt de consument erop gewezen hoe belangrijk een correcte dosering is van de producten die hij gebruikt.

* Federale Overheidsdienst

*** Federatie van de Belgische handel en diensten

*** Union des Classes Moyennes

**** Unie van Zelfstandige Ondernemers

***** Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties

→ Informatie naar de consument

De ondernemingen uit de detergentensector zetten allerlei initiatieven op om de consument informatie aan te bieden over detergents en over een veilig en duurzaam gebruik ervan.

- De campagne « *I prefer 30°* » (www.iprefer30.eu)



Voor bepaalde producttypes zoals wasmiddelen is de manier waarop het product gebruikt wordt, doorslaggevend. De campagne « *I prefer 30°* » wil de wasgewoonten van gezinnen veranderen door mensen ertoe aan te zetten op lage temperaturen te wassen. Als alle inwoners in Europa de gemiddelde wastemperatuur met slechts 3° zouden verlagen, zou dat een energiebesparing opleveren gelijk aan de uitstoot van meer dan 700.000 wagens. Deze campagne zal in 2014 in België geactiveerd worden. Voor DETIC omhelst zij ook de communicatieverplichtingen in het kader van het 'sectoraal akkoord voor milieuvriendelijker producten' die als doelstelling een vermindering van 5°C van de gemiddelde wastemperatuur heeft.

- De website « Cleanright »

Sinds 2010 brengt de website www.cleanright.eu uitgebreide informatie over detergents en het duurzame gebruik ervan.

Goede praktijken, regelgeving, samenstelling van producten, gebruiksadviezen, duurzaamheidsadviezen, respect voor het milieu, veiligheid... stuk voor stuk belangrijke informatie die aangeboden wordt in het Nederlands, Frans, Duits en in alle andere Europese talen.



- Adviezen voor een duurzaam en veilig gebruik

Het doel van het « Washright »-panel is de consument warm maken voor 4 kernboodschappen: verpakkingsafval verminderen (originele verpakkingen bijhouden en zo veel als mogelijk navullingen kopen), niet wassen met een halfvolle trommel (uw machine optimaal vullen zorgt voor minder water- en stroomverbruik, waardoor u meteen ook geld bespaart), doseerinstructies naleven (de hoeveelheid wasmiddel die u moet gebruiken, hangt af van de waterhardheid en de vuilheidsgraad van uw was),

en de aanbevolen laagste temperatuur gebruiken (de meest wasmiddelen zijn werkzaam op lage temperaturen; wassen op hogere temperatuur is vaak onnodig en dus alleen maar energieverpilling). Dit soort tips werden ook uitgewerkt voor machinevaatwasmiddelen en allesreinigers (te verdunnen).



- Veiligheidsadviezen (Safe use icons)



De detergentenindustrie heeft cognitieve pictogrammen uitgewerkt, die bedoeld zijn voor op het etiket van detergents en onderhoudsproducten. De pictogrammen geven advies voor een veilig gebruik van die producten. Ze werden in 2011 in een nieuw kleedje gestopt waardoor ze nog makkelijker leesbaar zijn. Verder werden in 2013 vier nieuwe pictogrammen uitgewerkt specifiek voor de markt van de vloeibare detergents in capsule. Deze pictogrammen zijn op het etiket van de meeste detergents terug te vinden. Bij elk pictogram hoort ook een zinnetje advies, maar de pictogrammen zijn op zich zo duidelijk ontworpen dat iedereen ze zonder verdere uitleg begrijpt.

Voor meer informatie: www.cleanright.eu & www.detic.be

- Begeleidingsprogramma voor vloeibare detergents in capsule.



Dit programma beschrijft inhoudelijke vereisten voor communicatie, zichtbaarheid en bereikbaarheid plus ook een proces voor de opvolging met de antigifcentra. Meer bepaald verbinden ondernemingen die dit programma onderschrijven, zich ertoe de bereikbaarheid en de aantrekkelijkheid van de oplosbare dosissen voor kinderen te verminderen. Diverse initiatieven in die zin werden al gesuggereerd. Anderzijds wordt de communicatie over een veilig gebruik van de producten versterkt door middel van nieuwe gebruikspictogrammen en een communicatiecampagne naar de consument toe (zie folder hiernaast). Tot slot werd een samenwerking met het Belgische Antigifcentrum georganiseerd om de beschikbare gegevens te bundelen en de contextuele kennis en de monitoring van potentiële ongevallen te verbeteren.

→ Compactering van wasmiddelen



In 2009 en 2010 is de detergentenindustrie gestart met twee ambitieuze programma's om vloeibare wasmiddelen en waspoeders compacter te maken. De deelnemende ondernemingen hebben zich ertoe verbonden om hun wasmiddelen te concentreren totdat een aanbevolen dosis per wasbeurt van hoogstens 75 ml gehaald wordt voor vloeibare wasmiddelen en van hoogstens 85g voor waspoeders, dit zonder verlies aan werkzaamheid. Ook hebben zij hun verpakkingen verder verbeterd en moeten zij naar de consument communiceren

over het optimale gebruik van het geconcentreerd product (dosis naleven). Het uiteindelijk doel is om, via een vermindering van de CO₂-emissie, een bijdrage te leveren op het vlak van duurzame ontwikkeling. In heel Europa zouden de eerste twee programma's verregaande gevolgen moeten hebben. Eens volledig uitgerold (2013) zou het project immers moeten zorgen voor 400.000 ton minder vloeibaar wasmiddel, 200.000 ton minder waspoeder, 21.000 ton minder verpakkingen en 19.000 minder wegtransporten.



In 2013 is de detergentenindustrie gestart met een programma specifiek afgestemd op vloeibare wasverzachters. Opzet van dit programma is de basislijn, voor een minimumdosis te gebruiken product, terug te brengen tot 35 ml of minder per wasbeurt. Na uitvoering van dit compacteringsprogramma (2015) hoopt de detergentenindustrie op een besparing van 245.000 ton aan ingrediënten en 9.800 ton aan primaire verpakkingen in combinatie met 12.100 minder wegtransporten.

Tot slot was er in 2013 ook de uitrol van een nieuw compacteringsprogramma voor waspoeders (ter vervanging van het programma van 2009). Met dit programma wil de industrie de concentratie van waspoeders terugbrengen tot 75 g per wasdosis.

De detergentenindustrie mikt hiermee op een bijkomende besparing van 116.000 ton aan ingrediënten en 8.900 ton aan primaire verpakkingen alsook een vermindering van het aantal wegtransporten met 5.900.

Voor meer informatie: www.detic-enterprises.be, Volg ook de pagina « Geconcentreerde wasmiddelen: houd u aan de doseeraanwijzingen » op facebook.

A screenshot of the Facebook page for Detic Asbl-vzw. The page features a large cartoon character holding a detergent bottle and a box. The main post reads: "Lessives concentrées : utilisez le bon dosage." with 191 likes. The page also includes a navigation bar, a search bar, and a sidebar with a "Votre publicité" section.



Cosmeticsector

De cosmeticsector heeft duurzame ontwikkeling omarmd en als onmisbare groeifactor geïntegreerd. In België heeft de sector, naast de initiatieven vanuit ondernemingen zelf, acties inzake «maatschappelijke verantwoordelijkheid» opgezet samen met de overheid en de consumentenverenigingen. Voorts heeft de sector ook een compendium met goede duurzaamheidspraktijken uitgegeven, een kleine gids voor de KMO's en een Charter voor verantwoorde reclame en commerciële communicatie.

→ «Goede duurzaamheidspraktijken»

De cosmeticsector heeft een gids voor «goede duurzaamheidspraktijken» uitgewerkt voor alle ondernemingen uit de sector. Op die manier biedt ze cosmeticabedrijven een compleet hulpmiddel aan waardoor die de belangrijkste elementen om de duurzaamheid van een bedrijf te verbeteren, kunnen integreren. Het is een uitgebreide gids, die zowel economische, maatschappelijke, ethische, management- en milieugerelateerde criteria bevat. Om anderzijds de drempel naar duurzame ontwikkeling voor KMO's te verlagen, heeft de sector een 'abc van duurzame ontwikkeling' uitgegeven: 10 stappen om duurzame ontwikkeling te integreren in de bedrijfsstrategie. Dit document zit ook boordevol concrete voorbeelden.

→ Charter voor verantwoorde reclame en commerciële communicatie



De cosmetica-industrie heeft een Charter voor verantwoorde reclame en commerciële communicatie uitgewerkt. Opzet is de cosmetica-industrie gemeenschappelijke regels aan te reiken voor zelfregulering inzake reclame. Via dit Charter verbindt de industrie zich ertoe er voor te zorgen dat alle reclame en commerciële communicatie in overeenstemming zijn met de toepasselijke Europese en nationale regelgeving en met het toepasselijke zelfreguleringskader; dat zij eerlijk, waarachtig en niet-bedrieglijk zijn; dat zij de consument de mogelijkheid bieden om met

kennis van zaken te kiezen, en dat zij maatschappelijk verantwoord zijn. Dit Europese charter werd geïntegreerd in de (bestaande) DETIC-reclamecode. Beide initiatieven werden erkend door de Jury voor Eerlijke Praktijken (JEP).

→ «Veilig in de Zon» -campagne



De informatiecampagne «Veilig in de Zon» is een initiatief van het OIVO*, DETIC**, COMEOS*** en de FOD Volksgezondheid, en is in 2006 gestart. De bedoeling van de campagne is om op een zo groot mogelijke schaal alle nodige informatie te verspreiden om veilig van de zon te genieten, zich voldoende te beschermen en de juiste zonnebeschermingsproducten te kiezen en te gebruiken. Sinds de zomer 2011 is er ook een nieuwe facebook-pagina, zodat ook adepten van de sociale media Veilig in de Zon-adviezen kunnen binnenhalen. Ondertussen wordt deze facebook-pagina gepromoot via facebook.. «Veilig in de zon» is er voor iedereen: gezinnen, kinderen, doe-het-zelvers, sportmensen, zonnekloppers, tuiniers, toeristen, enz. De campagne krijgt de nodige weerklank op de nationale tv-zenders (VRT en RTBF) en krijgt ook steun van de Stichting tegen kanker. In 2012 werd de campagne uitgebreid met specifieke adviezen voor de wintersporten.

* Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties

** Federatie van de Belgische handel en diensten

*** Federale Overheidsdienst Volksgezondheid

Voor meer informatie: <http://www.veiligindezon.be> & www.detic.be

Volg de « Veilig in de Zon»-adviezen op Facebook.

→ «Knappe kapper»-campagne



De «Knappe kapper»-campagne is het resultaat van samenwerking tussen de FOD Volksgezondheid*, het OIVO*, DETIC** en de UBK/UCB vzw/asbl***. Het betreft een informatiecampagne die in 2011 op gang gebracht werd en kappers vooral wil wijzen op een aantal elementaire voorzorgen die zij moeten nemen wanneer zij met mogelijke risicoproducten werken zoals haarkleur- of permanent wave-middelen. Die producten veilig gebruiken is van het grootste belang, zowel voor de kapper zelf als

voor zijn klanten. De «Knappe kapper»-campagne koestert de ambitie om dé referentie te worden inzake goede praktijken voor haarverzorgingsproducten. Voor elk haarverzorgingsproduct reikt de site zowel specifiek advies inzake goede gebruikspraktijken aan alsook informatie over mogelijke risico's bij verkeerd gebruik. De website «Knappe kapper» staat ter beschikking van leerkrachten uit het kappersonderwijs.

Voor meer informatie: www.knappekapper.be.

* Federale Overheidsdienst Volksgezondheid

** Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties

*** Unie van Belgische Kappers



→ «Mijnhaarkleuren»-campagne



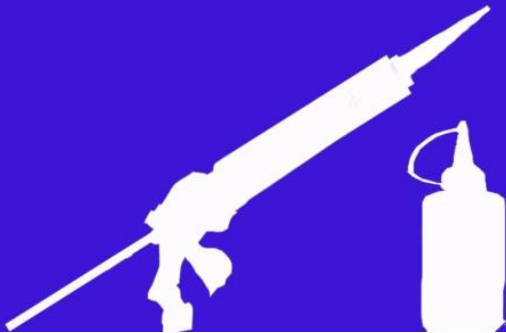
De «Mijnhaarkleuren»-campagne is het resultaat van samenwerking tussen de FOD Volksgezondheid*, het OIVO** en DETIC. Mijnhaarkleuren.be is een consumenteninformatiewebsite. Deze laatste vindt er het nodige advies om haarkleurmiddelen op een veilige manier te gebruiken. Bijzondere aandacht gaat naar allergieën. De website geeft uitleg over de eerste zorgen bij contact met de ogen, contact van een irriterende stof met de huid, inademing die bepaalde symptomen veroorzaakt of inname van een product. De website is in 2012 online gegaan en verstrekt het grote publiek objectieve informatie in een makkelijk te begrijpen taal.

* Federale Overheidsdienst Volksgezondheid

** Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties

→ « Online Interactive Risk Assessment »

DETIC heeft zich ingezet voor de uitwerking en promotie van de tool OIRA. Deze tool werd in 2013 online geplaatst en biedt professionele kappers de mogelijkheid online een risicoanalyse uit te voeren specifiek voor hun beroepsactiviteiten. Dit initiatief is gekoppeld aan de «Knappe Kapper»-campagne.



Sector van lijmen en mastieken

Sinds ruim 10 jaar heeft de lijmen- en mastiekenindustrie het gebruik van organische oplosmiddelen in lijmen voor de consument drastisch teruggeschroefd. Zich bewust van de impact van zijn activiteiten en van die van zijn klanten focust de sector van lijmen en mastieken binnen zijn duurzaamheidsinitiatieven op projecten met betrekking tot de voedselveiligheid en goede praktijken. De sector werkt mee aan een communicatieprogramma over duurzaam bouwen in Wallonië en zetelt in het *Comité pédagogique et scientifique* van *GreenWal*, de uitmuntendheidspool voor duurzaam bouwen.

→ Milieu-impact verminderen

Sinds april 2008 heeft de lijmen- en mastiekenindustrie zich ertoe verbonden niet langer di-isobutylftalaat (DiBP) te gebruiken in lijmen voor papier en karton. Opzet van dit initiatief is de accumulatie van DiPB in papier bij recyclage te vermijden, wat een mogelijk risico zou kunnen inhouden bij toepassingen waarbij sprake is van contact met levensmiddelen. Dit initiatief zorgt er dus voor dat de levensmiddelenindustrie makkelijker kringlooppapier kan gebruiken.

→ MIGRESIVES



Wat betreft de uitdagingen inzake contact met levensmiddelen werkt de Europese industrie van lijmen en mastieken aan een tool voor het modelleren van de migratie van de stoffen in lijmen via de verpakkingen van levensmiddelen. De in *open source* ontwikkelde tool dient voor het bestuderen van erg complexe verpakkingssystemen en van de invloed van bepaalde parameters zoals temperatuur, op de migratie van stoffen. Het MIGRESIVES-project speelt in op de groeiende bekommernissen vanuit de verpakkingsector en de levensmiddelenindustrie rond voedselveiligheid en effent tegelijk de weg naar innovatie.

→ Goede praktijken voor beroepsgebruikers

De gebruiksfase van lijmen en mastieken is, gemeten naar milieu-impact en maatschappelijke gevolgen (veiligheid), zeer belangrijk. De sector heeft diverse promotieacties opgezet over het goede gebruik van dichtingen en mastieken door beroepsgebruikers. Het betreft de uitgave van een handleiding voor «goede praktijken» in elektronisch formaat, waaraan een communicatiecampagne naar de beroepsgebruikers gekoppeld is.

→ Strijd tegen de discriminatie van materialen op basis van herkomst

In 2012 is de sector, in samenwerking met *essencia Wallonie*, van start gegaan met een grootschalig promotieprogramma rond «duurzaam bouwen/verbouwen » en heeft gelijktijdig ook de strijd aangeboden tegen de discriminatie van materialen op basis van hun herkomst. De sector is voorstander van een op vele criteria gebaseerde aanpak (duurzame ontwikkeling) die kijkt naar de milieu- en sociaal-economische eigenschappen van materialen.

→ GreenWal



Sinds 2013 is de sector samen met *essencia Wallonie* betrokken bij de oprichting van *GreenWal*. DETIC zetelt in het *comité pédagogique et scientifique* van deze uitmuntendheidspool voor duurzaam bouwen, waarin verder ook talloze spelers uit de bouw, de bouwfederatie en het IFAPME zitting hebben. Opzet is professionals uit de bouw alle nodige informatie aan te reiken rond «duurzaam bouwen/verbouwen».



Aerosoltechnologie

In aerosol (spuitbus) verpakte producten zijn in zowat alle sectoren terug te vinden. De DETIC-leden hebben twee specifieke initiatieven opgezet om de aerosoltechnologie beter te verzoenen met duurzame ontwikkeling.

→ **Het DETIC-aerosolhandvest**

De DETIC-leden hebben een aerosolhandvest uitgewerkt bedoeld om aan te tonen dat spuitbusverpakkingen veilig zijn, om die veiligheid verder te versterken en om aan verantwoorde communicatie te doen rond de aerosoltechnologie. Dit handvest is van toepassing op alle producten met aerosoltechnologie die door de DETIC-leden op de Belgische markt gebracht worden. Het bevat veiligheids- en duurzaamheidscriteria alsook concrete engagementen aangaande de bescherming van de gebruiker en rond verantwoorde communicatie.

Het handvest werd in 2012 in Groot-Brittannië voorgesteld op het jaarcongres van de BAMA (*British Aerosols Manufacturers Association*). De sector wil tot een Europese aanpak te komen.

→ **Freeware voor LCA-analyse!**

Met de bedoeling de milieu-impact van de aerosoltechnologie zo veel mogelijk te beperken, heeft de Franse aerosolsector een LCA-tool (levenscyclusanalyse) ontwikkeld specifiek voor aerosols. DETIC heeft bij de CFA (zustervereniging) bedongen dat DETIC-leden de tool kosteloos mogen gebruiken. De beschikbare 12 indicatoren zijn: uitputting van de abiotische rijkdommen, mogelijke luchtverzuuring, eutrofiëring, aquatische ecotoxiciteit in zoetwater, sedimentaire ecotoxiciteit in zoetwater, klimaatverandering, toxiciteit voor de mens, afbraak van de ozonlaag, fotochemische oxidatie, niet-hernieuwbare primaire energie, ecotoxiciteit aan land en afvalproductie. Opzet van deze tool is R&D-departementen te helpen om bij de ontwikkeling van producten rekening te houden met milieucriteria.