

MP-00/PODDO/2009/27

***MARKTSTUDIE M.B.T. DE ACTUALISATIE VAN
DE GIDS VOOR DUURZAME AANKOPEN***

EINDVERSLAG

10/10/2010

INHOUDSTAFEL

EXECUTIVE SUMMARY

0. INLEIDING	1
1. OMSCHRIJVING VAN HET STUDIEDOMEIN EN PLAN VAN AANPAK	
1.1 Omschrijving van het studiedomein	2
1.2 Opzetten van de bevraging	5
2. ANALYSE VAN DE BINNENGEKOMEN ANTWOORDEN	
2.1 Analyse van de responsgraad	12
2.2 Inhoudelijke analyse van de antwoorden	
2.2.1 <i>Inleiding</i>	14
2.2.2 <i>Fiche 2 : Beeldschermen en platte beeldschermen</i>	15
2.2.3 <i>Fiche 6 : Tonerpatronen</i>	15
2.2.4 <i>Fiche 7 : PCs</i>	16
2.2.5 <i>Fiche 12 : Drukwerkdiensten</i>	16
2.2.6 <i>Fiche 14 : Cateringdiensten</i>	17
2.2.7 <i>Fiche 15 : Schoonmaakdiensten</i>	17
2.2.8 <i>Fiche 30 : Enveloppen</i>	18
2.2.9 <i>Fiche 34 : Lijmen</i>	18
2.2.10 <i>Fiche 37 : Schrijfmaterieel</i>	18
2.2.11 <i>Fiche 38 : Binnenhuismeubelen</i>	19
2.2.12 <i>Fiche 48 : Kopieer- en grafisch papier</i>	19
2.2.13 <i>Fiche 51 : Allesreinigers</i>	20
2.2.14 <i>Fiche 54 : Detergenten voor vaatwas met de hand</i>	20
2.2.15 <i>Fiche 78 : Personenauto's</i>	20
2.2.16 <i>Fiche 16/17 : Detergenten voor professioneel gebruik (was en vaatwas)</i>	21
2.2.17 <i>Fiche 18 : Ongediertebestrijding en -preventie binnenshuis</i>	21
2.2.18 <i>Fiche 39 : Buitenhuismeubelen</i>	22
2.2.19 <i>Fiche 49 : Shampoo, conditioner, bodyshampoo en vaste en vloeibare zeep</i>	22
2.2.20 <i>Fiche 57 : Kleding en textiel</i>	23
2.2.21 <i>Fiche 73 : Verven, vernissen en beitsen voor gebruik binnen- en buitenhuis</i>	23
2.3 Analyse van het profiel van de invullers van de enquête	24
3. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	26

BIJLAGE : DETAILOVERZICHT EN -ANALYSE VAN DE ANTWOORDEN PER FICHE

TABELLEN EN FIGUREN

Tabel 1 : Overzicht van de aantallen gecontacteerde bedrijven per fiche

Tabel 2 : Overzicht van de responsgraad per fiche

Tabel 3 : Overzicht van het profiel van de respondenten

Figuur 1 : Verdeling van de enquêtes, verstuurd aan producenten en groothandels

Figuur 2 : Geografische spreiding van de verstuurde enquêtes

Figuur 3 : Procentuele samenstelling volgens grootte (= aantal werknemers) van de gecontacteerde bedrijven en van de bedrijven die hebben geantwoord

Figuur 4 : Aanbod van milieuvriendelijke producten en diensten op de Belgische markt

EXECUTIVE SUMMARY

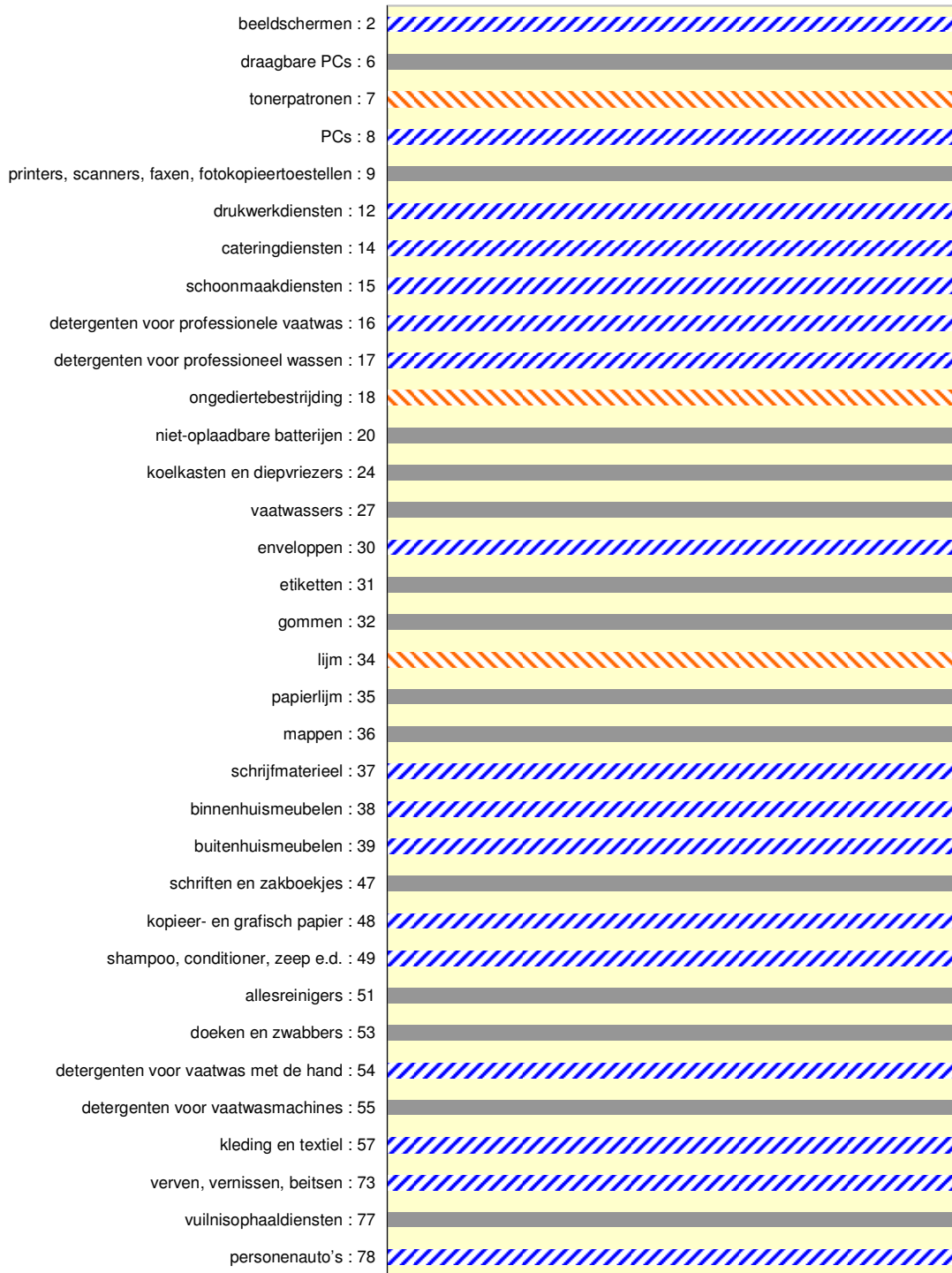
De studie had tot doel na te gaan of er in België een reëel aanbod aan producten en diensten bestaat dat voldoet aan de kwalificatie “duurzaam”, of beter gezegd, “milieuvriendelijk”, zoals dat is bepaald aan de hand van verschillende categorieën specificaties in de fiches die door PODDO werden opgesteld als onderdeel van de zgn. Gids voor Duurzame Aankopen. Parallel daarmee was het ook de bedoeling eventuele zwakke punten in deze fiches aan het licht te brengen, en mogelijke verbeteringen voor te stellen.

De bevraging gebeurde aan de hand van een (gebruiksvriendelijk) elektronisch enquêteformulier dat gericht (d.w.z. via een gepersonaliseerde e-mail) naar een representatief staal van bedrijven (zowel producenten als groothandelaars) werd gestuurd. Het betrof in het totaal bijna 800 bedrijven die werden bevraagd voor 34 verschillende fiches, dus product- of dienstengroepen. De responsgraad – althans voor de 20 fiches waarvoor antwoorden binnenkwamen – bedroeg gemiddeld iets meer dan 10%, wat eigenlijk onder de verwachtingen bleef, maar wat niettemin toelaat vast te stellen dat in de overgrote meerderheid van de gevallen er inderdaad een reëel aanbod is van producten en diensten die integraal voldoen aan de specificaties uit de fiches (zie figuur op de volgende pagina; in de meeste gevallen wordt dit trouwens formeel bevestigd doordat één of meerdere ecologische labels vertegenwoordigd zijn in het assortiment van de betrokken bedrijven).

De studie heeft ook een aantal zwakke punten in de bestaande aanpak aan het licht gebracht, maar waarvan de pertinentie moeilijk kan worden geëvalueerd, gelet op de eerder lage responsgraad : het ontbreken van labels van Belgische oorsprong (die dus desgevallend kunnen rekening houden met specifieke elementen, eigen aan ons land of onze industrie) – het soms ontbreken van coherentie tussen de verschillende buitenlandse labels (en hun lastenboeken) onderling – het soms ontbreken van coherentie tussen deze lastenboeken en andere regelgeving (met als gevolg, hetzij nodeloze overlappingen tussen de fiches en andere regelgeving, hetzij tegenstrijdigheden tussen beide) – het feit dat de specificaties vooral betrekking hebben op gebruikte materialen, maar geen expliciete aandacht besteden aan de duurzaamheid van het eindproduct dat ermee wordt geproduceerd – het feit dat de specificaties vooral slaan op de wijze van productie, maar niet op de wijze van gebruik van het eindproduct door de consument, die hierbij op een allesbehalve ecologisch verantwoorde manier te werk kan gaan (het uitvoeren van ecologische impactanalyse volgens het cradle to cradle-principe is dus aangewezen) – het risico dat de zware procedures voor het opmaken en doen ingang vinden van de fiches, kunnen leiden tot het (tijdelijk) miskennen van nieuwe milieuvriendelijkere technieken.

Op basis van één en ander bestaat dus het risico – waarvan de grootte evenwel niet kon worden geëvalueerd binnen de huidige studieopdracht – dat het instrument van de labels en de fiches een overdreven tot zelfs onterechte indruk van duurzame ontwikkeling creëert. Dit gezegd zijnde, is het natuurlijk ook zo, dat ook al garandeert het instrument van de labels en de fiches misschien (nog) niet het nec plus ultra op het vlak van duurzame ontwikkeling, het daar in ieder geval zeker een positieve bijdrage toe levert, en er – althans in de antwoorden – geen alternatief voor wordt voorgesteld.

- ▨ enquête bevestigt bestaan van milieuvriendelijk aanbod
- ▨ enquête kan milieuvriendelijk aanbod niet ondubbelzinnig bevestigen
- geen informatie beschikbaar



0. INLEIDING

Onderhavig document vormt het eindverslag van het bureau VAN DIJK Management Consultants m.b.t. de opdracht voor het uitvoeren van een marktstudie m.b.t. de actualisering van de gids voor duurzame aankopen (loten 1, 2 en 3).

Deze studie werd omschreven in bestek MP-OO/PODDO/2009/27, en werd uitgevoerd in de periode januari – september 2010.

Dit eindverslag bestaat uit de volgende hoofdstukken :

- in hoofdstuk 1 wordt het studiedomein nader gedefinieerd, en wordt ook het plan van aanpak van de opdracht omschreven
- in hoofdstuk 2 wordt een overzicht gegeven van de resultaten van het marktonderzoek voor de verschillende loten
- in hoofdstuk 3 worden tenslotte de conclusies en de aanbevelingen geformuleerd.

1. OMSCHRIJVING VAN HET STUDIEDOMEIN EN PLAN VAN AANPAK

1.1 Omschrijving van het studiedomein

De wetgeving op de overheidsopdrachten bevat logischerwijze een aantal bepalingen die er voor moeten zorgen dat er voldoende en eerlijke concurrentie kan spelen tussen potentiële inschrijvers op bestekken die overheidsdiensten wensen uit te schrijven. In de praktijk kan dit betekenen dat er eerst een verkennend marktonderzoek moet worden uitgevoerd, om te kunnen uitmaken of er wel voldoende potentiële leveranciers zijn die aan de criteria van het (nog uit te brengen) bestek zullen kunnen voldoen. Dit principe is vanzelfsprekend ook van toepassing bij het formuleren van criteria met betrekking tot het duurzaam karakter van de te leveren producten, zoals die zijn opgenomen in de zgn. **gids voor duurzame aankopen** die door PODDO werd/wordt uitgewerkt. : indien deze criteria te streng zouden zijn, bestaat immers het risico dat een te beperkt aantal leveranciers eraan kan voldoen, en is dus de vooropgezette concurrentie niet verzekerd – het ander extreem, nl. criteria waaraan omzeggens alle potentiële leveranciers kunnen voldoen, is natuurlijk evenmin wenselijk, omdat het *de facto* een te laag niveau van duurzame ontwikkeling zou inhouden. Vandaar dat de criteria die in de gids voor duurzame aankopen zouden moeten zijn opgenomen, voldoende streng zouden moeten zijn om er voor te zorgen dat enkele, maar niet alle, op de (Belgische) markt aangeboden producten of diensten er aan kunnen voldoen.

Zoals in het bestek MP-OO/PODDO/2009/27 beschreven, moest de studie dus een antwoord geven op de vraag in welke mate er, op de Belgische markt, producten en diensten worden aangeboden die kunnen worden bestempeld als “**milieuvriendelijk**”. Een product of dienst verdient deze kwalificatie mits wordt voldaan aan een aantal voorwaarden die zijn omschreven in de reeds vermelde gids voor duurzame aankopen, die concreet de vorm aanneemt van een aantal fiches, één per productgroep of per dienstesoort, met daarin een overzicht van de voorwaarden die moeten worden nageleefd. Merk op dat deze gids, en dus de fiches, in eerste instantie werden opgesteld ten behoeve van overheidsdiensten die milieuvriendelijke producten wensen aan te kopen (op de Belgische markt of eventueel daarbuiten); in de praktijk blijken deze fiches echter ook door andere instanties dan overheidsdiensten *stricto sensu* te worden gebruikt, en hebben ze m.a.w. ook een sensibiliserend effect op ruimere schaal. In ieder geval was het dus de bedoeling dat de studie informatie zou inzamelen om aankopers te verzekeren dat de duurzaamheidscriteria die ze in hun bestekken wensen op te nemen, leiden tot een voldoende en eerlijke concurrentie tussen de potentiële aanbieders.

Merk op dat de titel van deze gids het woord “duurzaam” bevat, terwijl in de fiches doorgaans het woord “milieuvriendelijk” wordt gebruikt. Het begrip “duurzaam(heid)” heeft,

behalve op milieutechnische, inderdaad ook betrekking op economische en sociale aspecten : enerzijds, door het kader waarbinnen de fiches worden gebruikt (overheidsopdrachten), hebben de bepalingen erin een invloed op het economisch spel van vraag en aanbod - anderzijds, kunnen de bestekken, door het opnemen van sociale criteria (wat nu reeds gebeurt, en in de toekomst allicht nog meer uitgebreid zal gebeuren) ook een sociaal-sturende rol hebben. Dit gezegd zijnde, is het echter zo dat de meeste criteria in de fiches slaan op milieuaspecten, en het ook alleen deze zijn die in de studie aan bod moesten komen (de andere aspecten zouden allicht een andere methodologische aanpak vergen).

Vandaar dat in deze rapportering de begrippen "duurzaam" en "milieuvriendelijk" dan ook doorgaans als synoniemen van elkaar worden beschouwd, tenzij in die gevallen waar de betrokken bedrijven zelf wijzen op een fundamenteel verschil.

De (milieutechnische) voorwaarden die in deze fiches staan opgesomd, vallen uiteen in drie categorieën :

- de eerste categorie bestaat uit een aantal **technische specificaties** waaraan een product of dienst **minimaal** moet voldoen om als milieuvriendelijk te mogen worden bestempeld. Bij de oplijsting van deze specificaties heeft PODDO zich gebaseerd op lastenboeken die door erkende organismen in verschillende Europese landen of onder auspiciën van de Europese Unie werden uitgewerkt met het oog op het toekennen van een ecologisch label; meer concreet werden specificaties die in **alle** lastenboeken in kwestie voorkomen, in deze eerste categorie ondergebracht. Dit betekent dus ook dat een product of dienst met één van deze labels, automatisch al deze specificaties naleeft en dus als milieuvriendelijk mag worden bestempeld.

Deze technische specificaties hebben, in het kader van de wetgeving op de overheidsopdrachten, een **verplichtend** karakter, en vormen dus een set van "nodige" voorwaarden waaraan moet worden voldaan om één van de betrokken labels te verwerven. Merk op dat deze voorwaarden niet noodzakelijk ook "voldoende" zijn, aangezien, zoals gezegd, enkel rekening is gehouden met de criteria die gemeenschappelijk zijn aan de betreffende lastenboeken : er kunnen dus m.a.w. voorwaarden zijn, niet opgenomen in deze set, waaraan niet is voldaan om één welbepaald label te verkrijgen.

Merk ook op dat het studiebureau vanzelfsprekend geen analyse heeft gemaakt van de pertinentie van de weerhouden criteria, noch van de mate waarin deze reeds in regelgeving met een wettelijk karakter zijn opgenomen, zodat het opnemen ervan in een productfiche eigenlijk overbodig zou zijn

- de tweede categorie specificaties bestaat uit een aantal bijkomende **milieucriteria**; het gaat hierbij *de facto* om specificaties die in **één of slechts enkele, maar dus niet in alle** lastenboeken konden worden teruggevonden; de naleving van deze bijkomende criteria verhoogt nog het milieuvriendelijk karakter van het product of de dienst in kwestie, maar is dus niet vereist om aan het product of de dienst de kwalificatie “milieuvriendelijk” toe te kennen; ze hebben m.a.w. een **optioneel** karakter, althans in het kader van de doelstellingen die PODDO beoogt (vanzelfsprekend moeten deze voorwaarden wel voldaan zijn om het label in kwestie toegekend te krijgen)
- de derde categorie specificaties – die overigens niet in alle fiches voorkomt – heeft niet zozeer betrekking op de intrinsieke eigenschappen van het product of de dienst in kwestie, maar wel op bijvoorbeeld de verpakking van het product, of op elementen van wat we eenvoudigheidshalve de “dienst na verkoop” zouden kunnen noemen (vb. garantietermijnen, beschikbaarheid van reserveonderdelen, het bestaan van een retoursysteem, enz.); ze worden ondergebracht in de rubriek **uitvoeringsclausules**.

Het was dus meer concreet de bedoeling om via de marktstudie informatie in te zamelen op drie niveaus :

- in eerste instantie moest worden gepeild naar de kennis over en de beschikbaarheid van bestaande ecologische labels voor het assortiment van de geënquêteerde (merk op dat het uitsluitend ging om labels die door buitenlandse of Europese instanties worden toegekend; voor de producten en diensten die in de marktstudie aan bod moesten komen bestaan er immers (nog) geen specifiek Belgische labels)
- vervolgens moest worden gepeild naar de mate waarin aan de voornaamste technische specificaties (die als minimumeisen met een verplichtend karakter moeten worden aanzien) nu reeds of binnen afzienbare termijn kan worden voldaan; hierbij werd het begrip “afzienbare termijn” gedefinieerd als maximum over twee jaar
- tenslotte moest worden gepeild naar de mate waarin ook kan worden voldaan aan een aantal bijkomende optionele vereisten.

Deze informatie moet dan toelaten om na te gaan in welke mate er, op de Belgische markt, momenteel of binnen afzienbare termijn een voldoende aanbod is van milieuvriendelijke producten en diensten die aan de specificaties voldoen. Indirect was het ook de bedoeling na te gaan in welke mate de problematiek van het duurzaam/ecologisch karakter van producten en diensten, eigenlijk leeft bij de betrokkenen.

Tenslotte was het de bedoeling ook na te gaan of het instrument van de fiches (en de ecologische labels) geen zwakke punten vertoont die eventueel kunnen of moeten worden verbeterd om de pertinentie ervan, in termen van duurzame ontwikkeling, te vergroten.

1.2 Opzetten van de bevraging

Zoals de opsomming in paragraaf 1.1 kan doen vermoeden, kan het totaal aantal specificaties uit de drie vermelde categorieën samen hoog oplopen (tot zelfs meer dan 100). Aangezien werd gekozen voor een datacollectie via enquêtes, waaraan de betrokken leveranciers op vrijblijvende basis konden meewerken, was het aangewezen om het aantal te beantwoorden vragen (lees dus : het aantal te behandelen specificaties) beperkt te houden tot een redelijk niveau. In onderling overleg tussen PODDO en VAN DIJK werd dit vastgelegd op een 25-tal specificaties, met dien verstande dat in principe alle specificaties met een verplichtend karakter (dus uit de eerste categorie) moesten worden opgenomen, en dan eventueel konden worden aangevuld met de meest relevante specificaties uit de tweede en/of de derde categorie; de selectie werd hierbij gemaakt door PODDO.

Overigens werd bijna uitsluitend gewerkt met *multiple choice*-vragen, aangezien dit gebruiksvriendelijker is dan het werken met open vragen, waarvan het beantwoorden meer inspanningen vergt vanwege de geënquêteerde. Hierbij werd ook gekozen voor het formaat van elektronische formulieren die de geënquêteerde bedrijven via Internet konden beantwoorden, zulks eveneens om redenen van gebruiksvriendelijkheid.

Het bestek voorzag dat de marktbevraging in (minstens) twee fasen zou gebeuren : een eerste fase (met 26 ^[1] fiches, dus 52 verschillende enquêteformulieren gelet op de twee hoofdlandstalen) die integraal door het studiebureau moest worden gerealiseerd, en een volgende, waarbij dit laatste bijstand zou verlenen aan PODDO dat dan in principe zelf zou instaan voor de bevraging. In onderling overleg werd echter, om een aantal praktische redenen van beschikbaarheid van personeel binnen PODDO, en ook rekening houdend met de resultaten van de eerste fase, overeengekomen dat het studiebureau ook de tweede fase integraal voor zijn rekening zou nemen; hierbij werd het aantal fiches echter beperkt gehouden tot 8 (dus 16 verschillende formulieren), en werd het aantal criteria nog verder beperkt.

Voor wat de samenstelling van de stalen te contacteren bedrijven en de eigenlijke verspreiding van de enquêtes betreft, werd concreet de volgende werkwijze gevolgd :

[1] In het bestek was er sprake van 28 fiches, waaronder deze voor de elektriciteitssector en deze m.b.t. bureau- en schoolartikelen; voor de eerste sector leek een bevraging via enquête niet opportuun; voor de laatste was de (geactualiseerde) fiche nog niet beschikbaar op het moment van de bevraging.

- bij het bestek waren, per fiche, lijsten toegevoegd van in België gevestigde bedrijven die het betrokken product of de betrokken dienst op de (Belgische) markt brengen. Juister gezegd, heeft PODDO eerst, per fiche, de NACE-codes bepaald die ermee overeenstemmen, en dan de lijsten opgemaakt van de bedrijven die onder de betrokken NACE-code vallen. De term “bedrijven” (of “leveranciers”) slaat hierbij enerzijds, op producenten van het product of de dienst in kwestie, en anderzijds, op groothandels die het product of de dienst in hun assortiment (zouden moeten) hebben opgenomen
- deze lijsten bevatten o.a. gegevens over de grootte van de betrokken bedrijven; juister gezegd, wordt per bedrijf een code opgenomen die aangeeft tussen welk minimum en maximum zijn aantal werknemers zich situeert (conform een classificatie van de RSZ). Deze informatie laat dus toe de bedrijven te rangschikken in volgorde van hun grootte, en m.a.w. de te bevragen *samples* samen te stellen te beginnen met de grotere bedrijven en dan af te dalen naar de kleinere, en dit tot een voldoende groot *sample* werd bekomen. Anders gezegd, werden de *samples* dus niet *at random* samengesteld, maar dit leek verantwoord om de volgende redenen : enerzijds werd redelijkerwijze aangenomen dat de kans dat het enquêteformulier wordt beantwoord, groter is bij grotere bedrijven dan bij kleinere; anderzijds leek bij grotere bedrijven – die dus in principe ook een ruimer assortiment hebben – de kans groter dat ze minstens één product of dienst kunnen aanbieden dat/die aan alle specificaties kan voldoen (en aangezien één van de objectieven van de studie er juist in bestond, te verifiëren dat er op de Belgische markt een reëel aanbod bestaat van milieuvriendelijke producten, leek dit een terechte overweging bij het samenstellen van de *samples*). Voor de vastlegging van de minimumgrootte werd op een pragmatische manier tewerk gegaan : deze drempel werd zo gekozen dat het staal te bevragen bedrijven toch voldoende groot was (m.a.w. : hoe groter het aantal bedrijven dat onder een bepaalde NACE-code valt, hoe hoger de drempel – hoe lager het aantal bedrijven, hoe lager deze drempel)
- deze lijsten bevatten wel de adresgegevens van de betrokken bedrijven, maar geen e-mail adres. Daarom heeft VAN DIJK Management Consultants de gegevens van deze lijsten gekruist met de gegevens uit de Trends Top-100.000; deze databank bevat voor de meeste bedrijven e-mail-adressen, soms algemeen, soms op het niveau van de individuele leden van het management.

Op die manier kon dus, per NACE-code, een lijst van per e-mail te contacteren bedrijven worden samengesteld. De vraag kwam hierbij aan bod aan welke verantwoordelijke, binnen een bedrijf, de enquête zou worden ge-e-mailed : aan de verantwoordelijke voor de Productie, aan deze voor de Verkoop, aan deze voor Onderzoek & Ontwikkeling, aan de Algemene Directie ? Uiteindelijk werd, ook rekening gehouden met de beschikbare informatie in de databank van Trends, beslist geen keuze te maken, en de enquête te sturen naar alle beschik-

bare e-mail-adressen, met weglating natuurlijk van de functies die redelijkerwijze niet bij het studiedomein betrokken mogen worden verondersteld (vb. de dienst *Human Resources*).

Er is evenwel geen eenduidig verband tussen de NACE-codes en de onderwerpen van de fiches : eerstgenoemde codes zijn gecreëerd vertrekkend vanuit activiteiten, terwijl de fiches betrekking hebben op het eindproduct of de geleverde dienst. Bij wijze van voorbeelden : er bestaat één enkele NACE-code voor de meubelindustrie, maar hierbij wordt geen onderscheid gemaakt tussen binnen- en buitenhuismeubelen, terwijl er wel aparte fiches bestaan voor beide types meubelen – er bestaan aparte fiches voor allesreinigers, detergents voor vaatwas met de hand en detergents voor vaatwasmachines, maar bedrijven kunnen doorgaans al deze producten samen leveren. Eén en ander leidt tot een dubbel probleem :

- enerzijds, moest worden aanvaard dat sommige bedrijven worden gecontacteerd m.b.t. een product of dienst dat geen deel uitmaakt van hun assortiment
- anderzijds, zouden sommige bedrijven meer dan één enquêteformulier moeten invullen (met *de facto* een maximum van 9 formulieren).

Het eerste probleem werd aanvaardbaar geacht : het volstond immers dat de betrokken bedrijven niet zouden antwoorden. Het tweede probleem zou allicht leiden tot een daling van de globale responsgraad, omdat het aantal te beantwoorden vragen te hoog zou oplopen, wat zou leiden tot ontmoediging bij de geënquêteerden. Daarom werd met PODDO overeengekomen om slechts hoogstens twee enquêteformulieren per bedrijf op te sturen, waarbij dan de bedrijven *at random* werden uitgekozen.

De uitdrukking “opsturen van een enquêteformulier” moet hierbij als volgt worden geïnterpreteerd : de betrokken bedrijven (juister gezegd, de geïdentificeerde en weerhouden leden van het management) kregen een e-mail met daarin een kopie van de brief van dhr. Minister Magnette die het opzet van de enquête uiteenzette en waarin om medewerking werd verzocht, en daarnaast een link naar het Internetplatform waarop de elektronische enquête beschikbaar was. Door op deze link te klikken, kreeg de geënquêteerde toegang tot het enquêteformulier dat dan op een gebruiksvriendelijke manier kon worden ingevuld.

Merk hierbij op dat in de eerste fase, bedrijven met hoofdzetel in het Vlaams Gewest een e-mail in het Nederlands kregen, deze met hoofdzetel in het Waals Gewest in het Frans, en deze met hoofdzetel in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest in de beide hoofdlandstalen; ze werden verstuurd begin-februari, met een herinnering eind-maart. Uit een aantal binnengekomen reacties bleek evenwel dat de dienst binnen een bedrijf die zou instaan voor het beantwoorden van de enquête, niet altijd gevestigd was in het gewest waar de hoofdzetel

was gevestigd, en vroeg het bedrijf het enquêteformulier in de andere landstaal op te sturen^[2]. Om deze reden kregen in de tweede fase alle bedrijven van de eerste keer een e-mail in de beide hoofdlandstalen opgestuurd, ongeacht het gewest waarin hun hoofdzetel is gevestigd.

Voor de analyse van de binnengekomen antwoorden wordt verwezen naar het volgende hoofdstuk.

De volgende tabel geeft een overzicht van het aantal gecontacteerde bedrijven (producenten + groothandels samen), gerangschikt per fase en in stijgende volgorde van het nummer van de fiche; voor de uiteenlopende groottes van de *samples* wordt verwezen naar de hierboven beschreven werkwijze).

FASE 1		
fiche	product of dienst	verzonden enquêtes ^[3]
2	beeldschermen	8
6	draagbare PCs	8
7	tonerpatronen	37
8	PCs	8
9	printers, scanners, faxen, fotokopieertoestellen	1
12	drukwerkdiensten	55
14	cateringdiensten	15
15	schoonmaakdiensten	6
24	koelkasten en diepvriezers	17
27	vaatwassers	17
30	enveloppen	10
31	etiketten	10
32	gommen	29
34	lijm	14

^[2] In een beperkt aantal gevallen werd gevraagd een versie van het enquêteformulier in het Engels of het Duits te kunnen krijgen, zodat die dan door het moederhuis in het buitenland zou kunnen worden ingevuld. Op deze verzoeken kon echter niet worden ingegaan.

^[3] De vermelde aantallen hebben betrekken op het aantal bedrijven dat werd gecontacteerd; in heel wat gevallen werden e-mails gestuurd naar meerdere personen binnen hetzelfde bedrijf, zodat m.a.w. het aantal gecontacteerde personen beduidend hoger ligt dan de vermelde aantallen.

35	papierlijm	14
36	mappen	10
37	schrijfmaterieel	2
38	binnenhuismeubelen	171
47	schriften en zakboekjes	7
48	kopieer- en grafisch papier	19
51	allesreinigers	9
53	doeken en zwabbers	51
54	detergenten voor vaatwas met de hand	9
55	detergenten voor vaatwasmachines	9
77	vuilnisophaaldiensten	4
78	personenauto's	32
SUBTOTAAL FASE 1		572

FASE 2		
fiche	product of dienst	verzonden enquêtes^[4]
16	detergenten voor professionele vaatwas	26
17	detergenten voor professioneel wassen	<i>zie fiche 16</i>
18	ongediertebestrijding	11
20	niet-oplaadbare batterijen	1
39	buitenhuismeubelen	<i>zie fase 1^[5]</i>
49	shampoo, conditioner, zeep e.d.	49
57	kleding en textiel	106
73	verven, vernissen, beitsen	17
SUBTOTAAL FASE 2		210
ALGEMEEN TOTAAL		782

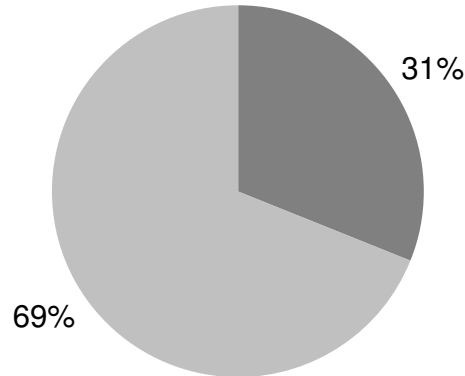
Tabel 1 : Overzicht van de aantallen gecontacteerde bedrijven per fiche

^[4] Zie notnota 3.

^[5] De NACE-codes maken geen onderscheid tussen buitenhuis- en binnenhuismeubilair.

De verdeling over producenten en groothandels (voor beide fasen samen) is afgebeeld in figuur 1.

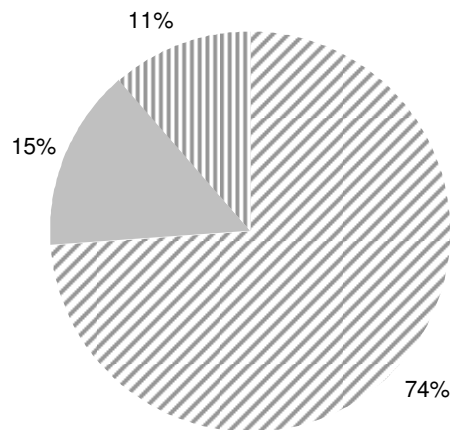
■ **groothandels** ■ **producenten**



Figuur 1 : Verdeling van de enquêtes, verstuurd aan producenten en groothandels

De geografische spreiding van de gecontacteerde bedrijven over de drie Gewesten is afgebeeld op figuur 2; de betrokken sectoren blijken een duidelijk overwicht aan Vlaamse bedrijven te kennen.

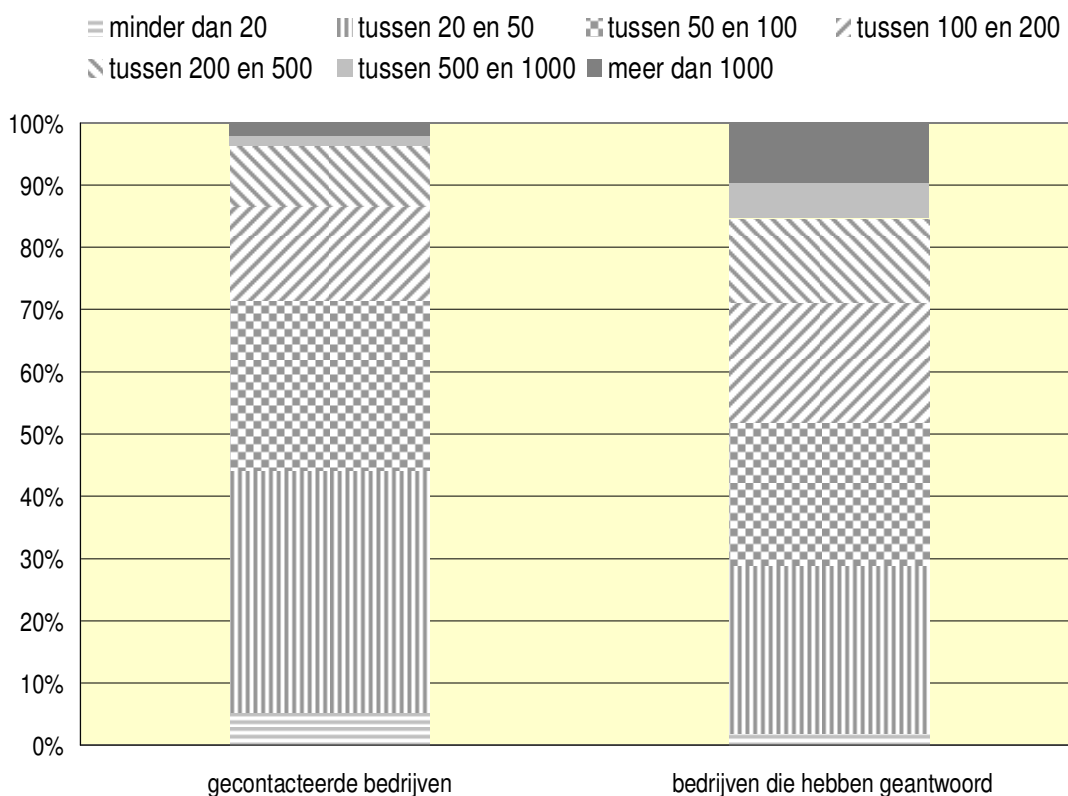
▨ **Vlaams Gewest** ■ **Waals Gewest** ▨▨ **Brussels Hoofdstedelijk Gewest**



Figuur 2 : Geografische spreiding van de gecontacteerde bedrijven

Tenslotte geeft figuur 3 op de volgende pagina een overzicht volgens de grootte van de bedrijven, en dit zowel voor wat de verstuurde enquêtes als de ontvangen antwoorden betreft; de responsgraad wordt meer in detail geanalyseerd in het volgende hoofdstuk.

We kunnen hierbij nog opmerken dat het aantal van 782 gecontacteerde bedrijven kan worden vergeleken met het totaal aantal van 2.541 bedrijven die behoren tot de NACE-codes die PODDO had gekoppeld aan de te behandelen fiches. Het *sample* besloeg m.a.w. iets meer dan 30% van het totaal, waarbij – zoals reeds gezegd – grotere bedrijven voorrang kregen op kleinere bij de selectie; anders gezegd, behoren de nagenoeg 70% bedrijven die niet werden gecontacteerd steeds tot de kleinste uit de betrokken sectoren. [6]



Figuur 3 : Samenstelling van de gecontacteerde bedrijven en van de respondenten naar grootte.

[6] Aangezien we niet het juiste personeelsbestand van de verschillende bedrijven kennen (het databestand van de RSZ geeft enkel een vork met een minimum en een maximum), kunnen we niet exact berekenen welk aandeel in de totale tewerkstelling de gecontacteerde bedrijven vertegenwoordigen, maar we denken wel zonder overdrijving te kunnen stellen dat dit minstens 70% moet zijn, waarbij deze bedrijven een ermee vergelijkbaar percentage van het aanbod op de Belgische markt moeten vertegenwoordigen.

2. ANALYSE VAN DE BINNENGEKOMEN ANTWOORDEN

2.1 Analyse van de responsgraad

Zoals gezegd, werden voor de 26 fiches uit lot 1 in het totaal 572 bedrijven gecontacteerd; uiteindelijk werden slechts 50 enquêteformulieren ingevuld, die slaan op 13 fiches; anders gezegd, kon voor de helft van de fiches ^[7] geen informatie worden ingewonnen, wat zou kunnen wijzen op een totaal gebrek aan belangstelling vanwege de bedrijven voor het al dan niet ecologisch karakter van hun producten of diensten (we komen hierop verder terug). In de tweede fase werden voor de 8 fiches 381 bedrijven gecontacteerd (maar 171 daarvan hadden ook reeds een enquête m.b.t. lot 1 ontvangen; het betrof de meubelsector); deze hebben 12 formulieren ingevuld, die slaan op 7 fiches; anders gezegd, kon hier voor slechts één enkele fiche geen informatie worden ingewonnen ^[8].

De 20 fiches waarvoor tijdens fase 1 en 2 samen wel informatie kon worden ingewonnen, vertegenwoordigen 595 van de 572 + 381 - 171 = 782 gecontacteerde bedrijven; anders gezegd, bedraagt de globale responsgraad (vanwege sectoren waarvoor minstens 1 bedrijf de moeite heeft genomen om de enquête te beantwoorden) dus $62 / 595 \approx 10\%$ ^[9]. Dit getal is het gemiddelde van alle sectoren samen; op het niveau van de sector varieerde dit percentage tussen 3 en 50%, zoals blijkt uit de volgende tabel waarin de fiches zijn geordend in dalende volgorde van responsgraad

fiche	product of dienst	responsgraad ^[10]
37	schrijfmaterieel	50%
15	schoonmaakdiensten	33%
12	drukwerkdiensten	16%
78	personenauto's	16%
7	tonerpatronen	14%
2	(platte) beeldschermen	13%
8	PCs	13%
38/39	binnen- en buitenhuismeubelen	13%

^[7] Het betreft de volgende fiches : 6 : draagbare PCs - 9 : printers, scanners, faxen en fotokopieertoestellen - 24 : koelkasten en diepvriezers - 27 : vaatwassers - 31 : etiketten - 32 : gommen - 35 : papierlijm - 36 : mappen - 47 : schriften en zakboekjes - 51 : allesreinigers - 53 : doeken en zwabbers - 55 : detergenten voor vaatwasmachines - 77 : vuilnisophaaldiensten.

^[8] Het betreft de fiche m.b.t. niet-oplaadbare batterijen, waarvoor echter slechts één enkel bedrijf werd gecontacteerd.

^[9] Merk dus op dat we, bij de berekening van dit gemiddelde, de fiches waarvoor geen enkele enquête werd beantwoord, hebben weggelaten. Het is immers niet uitgesloten dat het hierbij in sommige gevallen zou gaan om een sectoraal georganiseerde actie, die dus sowieso een vertekend beeld zou geven van de responsgraad.

73	verven, vernissen, beitsen	12%
54	detergenten voor vaatwas met de hand	11%
30	enveloppen	10%
18	ongediertebestrijding en -preventie	9%
34	lijmen	7%
14	cateringdiensten	7%
48	kopieer- en grafisch papier	5%
16/17	detergenten voor wassen en vaatwas	4%
49	shampoo, conditioner, zeep, enz.	4%
57	kleding en textiel	3%
	GEWOGEN GEMIDDELDE	10%

Tabel 2 : Overzicht van de responsgraad per fiche

Voor de volledigheid kunnen we nog het volgende opmerken :

- één bedrijf uit de sector van het witgoed heeft gevraagd of het mogelijk was een Duitse versie van de enquête te krijgen, om die dan te laten invullen door specialisten uit het Duitse moederhuis; een ander bedrijf uit dezelfde sector vroeg, om dezelfde reden, naar een Engelse versie; aan deze vragen kon spijtig genoeg niet worden voldaan
- één bedrijf uit de meubelsector heeft gevraagd om een versie op papier te krijgen; aan deze vraag werd voldaan, maar in het teruggestuurde formulier was slechts één enkele vraag beantwoord.

In principe zou de responsgraad op zich (nog afgezien van het positief of negatief karakter van de antwoorden op de verschillende vragen over de te respecteren criteria) een indicatie kunnen geven over de mate waarin een sector begaan is met het (al dan niet) ecologisch karakter van zijn producten en diensten : bij een lage responsgraad, en zeker wanneer geen enkel bedrijf de moeite heeft genomen de enquête in te vullen, zou kunnen worden geconcludeerd dat de sector er geen enkel belang aan hecht, en bij een hoge responsgraad, zou dit erop kunnen wijzen dat het ecologisch aspect juist wel zeer sterk speelt. We moeten echter oppassen met dergelijke conclusies, en wel om de volgende redenen :

^[10] Gelet op het klein aantal bedrijven voor bepaalde fiches, is het statistisch gezien eigenlijk niet verantwoord om de resultaten uit te drukken onder de vorm van percentages : zo is voor fiche 37 één antwoord binnengekomen op de twee gecontacteerde bedrijven, wat mathematisch 50% oplevert, maar statistisch gezien is dit laatste percentage geen correcte weergave van de realiteit.

- een lage responsgraad, en zelfs het ontbreken van enige reactie, kan er juist op wijzen dat de bedrijven van de betrokken sector zodanig overtuigd zijn van het milieuvriendelijk en duurzaam karakter van hun producten of diensten, dat ze het nut van het invullen van een enquêteformulier niet (meer) inzien
- het is natuurlijk ook mogelijk dat het *sample* van te contacteren bedrijven (*p.m.* : op basis van de NACE-code) onvoldoende is gecibleerd, zodat het m.a.w. een aantal bedrijven bevat die de productgroep waarop de fiche slaat, niet in hun gamma hebben zitten, of waarvoor deze een zodanig marginaal percentage van hun omzet vertegenwoordigen, dat het eigenlijk verstaanbaar is dat ze de enquête niet beantwoorden. Een concreet voorbeeld hiervan betreft de productgroep 49 (shampoo, conditioner, enz.) : de NACE-code die hierop van toepassing was, omvat ook de verdelers van geneesmiddelen (de producten betreffen immers ook lichaamsverzorging in de brede zin van het woord), zodat m.a.w. ook een aantal grotere apotheken of ketens werden gecontacteerd, die de productgroep 49 niet of maar op marginale wijze verdelen.

Hoe dan ook is de responsgraad zeker beneden de verwachtingen gebleven van zowel PODDO als het studiebureau, en moet dus voorzichtig worden omgegaan met de evaluatie van de representativiteit van de antwoorden die in de volgende paragraaf inhoudelijk zullen worden geanalyseerd.

2.2 Inhoudelijke analyse van de antwoorden

2.2.1 *Inleiding*

In de hierna volgende paragrafen wordt een overzicht gegeven van de binnengekomen antwoorden, waarbij natuurlijk de nadruk wordt gelegd op de vraag of bedrijven in staat zijn producten of diensten aan te bieden (op de Belgische markt) die voldoen aan de minimale en enkele optionele specificaties om als “milieuvriendelijk” te mogen worden bestempeld (hetzij doordat ze een label dragen dat dit garandeert, hetzij doordat de bedrijven expliciet bevestigen dat minstens één product of dienst uit hun assortiment aan alle specificaties voldoet, ook al dragen ze formeel geen label). Bij de analyse wordt ook, indien mogelijk, de grootte van het of de betrokken bedrijven opgegeven. In dit verband moet worden opgemerkt dat we deze grootte enkel kennen indien de geënquêteerde de vraag om zijn e-mail adres op te geven, heeft beantwoord. Het antwoord op deze vraag was – om mogelijke problemen met de wet op de privacy te vermijden – echter niet verplicht, en een aantal bedrijven – nl. 9 op 62 – hebben ze dan ook niet ingevuld. Van de 53 overige is de samenstelling, naar grootte, als volgt : 1 bedrijf heeft minder dan 20 werknemers – 14 hebben er tussen de 20 en 50 (het betreft, op 2 na, allemaal bedrijfjes uit de meubelsector) – 12 hebben er tussen de 50 en de 100 – 10 hebben er tussen de 100 en de 200 – 7 hebben er tussen de 200

en de 500 - 3 hebben er tussen de 500 en de 1000 - 5 hebben er meer dan 1000 (*zie ook de figuur 3 op pagina 11*).

Deze figuur geeft een overzicht van de procentuele verdeling van de bedrijven volgens hun grootte, enerzijds, voor wat de aantallen gecontacteerde bedrijven betreft, en anderzijds, voor wat de aantallen bedrijven betreft die hebben geantwoord en waarvan de grootte gekend is (via het e-mail-adres). De figuur geeft aan dat de relatieve responsgraad toeneemt naarmate de grootte van de bedrijven toeneemt (concreet : het aandeel kleine bedrijven dat heeft geantwoord is lager dan het aandeel kleine bedrijven dat werd gecontacteerd - het aandeel grote bedrijven dat heeft geantwoord is hoger dan het aandeel grote bedrijven dat werd gecontacteerd). Gelet op de techniciteit van de materie, die toch een zekere *knowhow* vergt, is dit misschien niet zo verwonderlijk; in ieder geval blijkt echter dat ook een aantal kleinere bedrijven heeft geantwoord, wat erop mag wijzen dat ook zij gesensibiliseerd zijn of kunnen worden voor de problematiek van het milieuvriendelijk karakter van hun producten- of dienstenassortiment.

2.2.2 *Fiche 2 : Beeldschermen en platte beeldschermen*

Voor deze producten bestaan er vijf labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn; het enige bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, bevestigt dat minstens één ervan reeds in zijn assortiment is vertegenwoordigd. De producten voldoen ook aan de meeste optionele specificaties (die het milieuvriendelijk karakter nog versterken), onder voorbehoud van de mate van recycleerbaarheid van de gebruikte kunststoffen en metalen, waarop het bedrijf, of althans de invuller van de enquête (nochtans *product manager*), geen zicht heeft.

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie meer dan 1000 werknemers.

2.2.3 *Fiche 6 : Tonerpatronen*

Voor deze producten bestaan er vier labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn; van de vijf bedrijven die de enquête hebben beantwoord, bevestigt geen enkel dat minstens één van deze labels reeds in zijn assortiment is vertegenwoordigd. Twee bedrijven stellen wel dat dit over ten hoogste twee jaar het geval zal zijn.

Uit de antwoorden per technische specificatie afzonderlijk, blijkt ook dat twee bedrijven bevestigen dat ze geen enkel product hebben dat aan alle specificaties tegelijkertijd voldoet, terwijl de drie andere toegeven dat ze dit niet weten.

Ook voor de optionele specificaties blijkt vaak dat de betrokkenen niet weten of hun product daaraan voldoet; enige uitzondering betreft het bestaan van een terugnamesysteem voor lege patronen, dat in alle vijf de gevallen wordt bevestigd.

Bij de antwoorden op de open vraag naar suggesties, wordt erop gewezen dat bijna alle fabrikanten van laserprinters bepalen dat de garantie vervalt wanneer niet-originele tonerpatronen worden gebruikt; dit vormt vanzelfsprekend een hinderpaal voor het gebruik van dergelijke patronen, zelfs indien deze milieuvriendelijk(er) zouden zijn.

Van de bedrijven die hebben geantwoord behoren er twee tot de categorie 50 à 100 werknemers, eveneens twee tot de categorie 100 à 200 werknemers, en 1 tot de categorie 200 à 500 werknemers.

2.2.4 *Fiche 7 : PCs*

Voor deze producten bestaan er vijf labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn; het enige bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, bevestigt dat minstens één ervan in zijn assortiment is vertegenwoordigd.

Het bedrijf bevestigt ook dat ook kan worden voldaan aan alle optionele specificaties die het milieuvriendelijk karakter van de producten nog versterken.

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie 200 à 500 werknemers.

2.2.5 *Fiche 12 : Drukwerkdiensten*

Voor deze diensten bestaat er één label dat garandeert dat ze milieuvriendelijk zijn; hierbij moet echter worden opgemerkt dat één bedrijf stelt dat het label in kwestie niet is aangepast aan de vereisten van een commerciële drukkerij, en het verwijst naar een alternatief label dat echter niet in de gids voor duurzame aankopen is vermeld. Niettemin stellen twee andere drukkerijen (op een totaal van negen die de enquête hebben beantwoord), dat ze het label uit deze gids wel reeds toepassen, en stelt een derde drukkerij dat ze dit binnen afzienbare termijn zullen doen.

Op het vlak van de technische specificaties blijkt vooral het verbod om kleefmiddelen, smeltlijmen en wasmiddelen te gebruiken, voor meerdere drukkerijen nog problematisch te zijn; zij voorzien ook geen veranderingen op korte termijn (d.w.z. de eerstkomende twee jaar).

Van de vijf (op negen) bedrijven waarvoor de grootte gekend is, heeft er één tussen de 50 en 100 werknemers, drie tussen de 100 en 200 werknemers, en één tussen de 200 en 500 werknemers.

2.2.6 *Fiche 14 : Cateringdiensten*

Voor deze diensten bestaan er meerdere labels die garanderen dat de gebruikte producten milieuvriendelijk, of juist gezegd, biologisch geteeld zijn. Het enige bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, bevestigt dat minstens één van deze labels reeds vertegenwoordigd is in zijn assortiment.

Daarnaast bevestigt dit bedrijf ook dat het, alnaargelang het soort, minstens 30%, 60% of 90% producten kan leveren die resp. zijn geproduceerd volgens de principes van geïntegreerde productie, seizoenseigen zijn, of biologisch geteeld zijn.

Voor wat de optionele specificaties betreft (die vooral betrekking hebben op de verpakking van de maaltijden, of op de apparatuur die wordt gebruikt voor de bereiding, bewaring en verdeling) loopt de aard van de antwoorden uiteen van “integraal gerespecteerd” tot “niet gerespecteerd”, zodat een algemene conclusie niet mogelijk is.

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie 500 à 1000 werknemers.

2.2.7 *Fiche 15 : Schoonmaakdiensten*

Voor deze diensten bestaat er één label dat garandeert dat de diensten op een milieuvriendelijke wijze worden geproduceerd. De twee bedrijven die de enquête hebben beantwoord, bevestigen dat ze dit label nog niet kunnen aanbieden. Overigens is er enige onduidelijkheid over de draagwijdte van de labels : één van de bedrijven stelt dat de fiche alleen het allesomvattende label vermeldt, terwijl er labels of certificaten zijn voor deelaspecten van het beroep (vb. milieuvriendelijk karakter van de schoonmaakproducten via één label, milieuvriendelijk karakter van de eigenlijke schoonmaakactiviteit via een ander label).

Eén van de twee bedrijven voldoet wel aan alle individuele technische specificaties, ook de optionele, die nodig zijn om de kwalificatie “milieuvriendelijk” te verdienen, maar voor het andere bedrijf is dit niet voor alle aspecten het geval.

De bedrijven in kwestie behoren beide tot de categorie meer dan 1000 werknemers, en zijn dus zeker representatief te noemen.

2.2.8 Fiche 30 : Enveloppen

Voor deze producten bestaan er vijf labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Het enige bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, bevestigt dat minstens één van deze labels reeds vertegenwoordigd is in zijn assortiment. De geënquêteerde stelt wel dat er binnen de wereld van de labels een hiërarchie bestaat, waarbij bepaalde labels zich specifiek op één onderdeel richten (vb. enkel het gebruikte papier), en andere een iets meer algemeen karakter hebben (vb. CO₂-neutraliteit), en nog andere een *quasi* globaal karakter. Dit onderscheid komt onvoldoende aan bod in de gids voor duurzame aankopen.

Het bedrijf bevestigt ook dat het kan voldoen aan alle optionele specificaties die het milieuvriendelijk karakter van zijn producten nog versterken.

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie 50 à 100 werknemers.

2.2.9 Fiche 34 : Lijmen

Voor deze producten bestaat er één label dat garandeert dat ze op een milieuvriendelijke wijze worden geproduceerd. De twee bedrijven die de enquête hebben beantwoord, bevestigen echter dat dit niet in hun assortiment is vertegenwoordigd, en ze voorzien hierin ook geen wijzigingen binnen de eerstkomende twee jaar.

Slechts één van de twee bedrijven heeft de enquête volledig ingevuld, waarbij opvalt dat het bedrijf in kwestie ofwel kan voldoen aan een technische specificatie, ofwel niet weet of het er al dan niet aan kan voldoen (nochtans is de invuller *purchasing manager*).

Dit laatste bedrijf behoort tot de categorie 50 à 100 werknemers; de grootte van het andere bedrijf kon - bij gebrek aan e-mail-adres - niet worden achterhaald.

2.2.10 Fiche 37 : Schrijfmaterieel

Voor deze producten bestaan er twee labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Het enige bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, bevestigt dat minstens één ervan reeds in zijn assortiment is vertegenwoordigd. De geënquêteerde merkt wel op, dat deze labels geen specificaties bevatten over het gebruik van gerecycleerd materiaal, terwijl anderzijds PVC als grondstof niet expliciet wordt verboden.

Op het vlak van de optionele specificaties is het beeld wat genuanceerd, omdat bepaalde ervan wel maar andere niet kunnen worden gerespecteerd.

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie meer dan 1000 werknemers.

2.2.11 Fiche 38 : Binnenhuismeubelen

Deze productgroep was, in absolute aantallen, het ruimst vertegenwoordigd, zowel wat het aantal gecontacteerde bedrijven betreft, als wat het aantal binnengekomen antwoorden betreft. Natuurlijk gaat het hierbij om een zeer brede waaier van producten (en een aantal bedrijven hebben overigens laten weten dat ze alleen buitenhuismeubelen kunnen leveren, maar zoals reeds opgemerkt, maakt de NACE-classificatie geen onderscheid tussen binnen- en buitenhuismeubelen).

Voor deze producten bestaan er drie labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Van de 21 bedrijven die de enquête hebben beantwoord, is er evenwel slechts één dat reeds meubilair met één van deze labels kan leveren, terwijl vier andere bevestigen dat ze dit zullen doen binnen de eerstkomende twee jaar.

Bij de antwoorden m.b.t. het respecteren van individuele technische specificaties, valt op dat gemiddeld één bedrijf op drie niet weet wat het moet antwoorden, wat toch wat vragen doet rijzen bij de nodige/beschikbare *knowhow* op het vlak van milieuvriendelijke productie van meubelen. De optionele specificaties zijn blijkbaar iets eenvoudiger, want daar is het aandeel van de antwoorden van het type “weet niet” beduidend lager.

Eén bedrijf merkt op dat de levensduur van het meubilair nergens expliciet als criterium wordt vermeld, hoewel dat toch ook een element is om de duurzaamheid te meten.

De grootte van de 16 bedrijven waarvan de grootte kon worden achterhaald, was als volgt : tien bedrijven hebben tussen de 20 en de 50 werknemers, twee tussen de 50 en 100, één tussen de 100 en de 200, en drie tussen de 200 en 500.

2.2.12 Fiche 48 : Kopieer- en grafisch papier

Voor deze producten bestaan er vijf labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Van de twee bedrijven die de enquête hebben beantwoord, bevestigt er één dat minstens één van deze labels reeds vertegenwoordigd is in zijn assortiment; het andere bedrijf bevestigt dat dit niet het geval is, en dat dit ook niet is voorzien binnen de eerstkomende twee jaar; dit bedrijf heeft overigens de andere vragen m.b.t. de individuele technische en optionele specificaties, niet ingevuld. Eerstbedoeld bedrijf voldoet overigens ook integraal aan de optionele specificaties, met uitzondering van de eis dat papiervezels voor 100% moeten afkomstig zijn van gerecycleerd papierafval.

Eerstbedoeld bedrijf (dat de enquête volledig heeft ingevuld) behoort tot de categorie 500 à 1000 werknemers, terwijl het andere behoort tot de categorie minder dan 20 werknemers.

2.2.13 Fiche 51 : Allesreinigers

Voor deze producten bestaan er drie labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Het enige bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, bevestigt dat minstens één ervan reeds in zijn assortiment is vertegenwoordigd. Logischerwijze bevestigt het dan ook dat het aan alle technische specificaties voldoet, met dien verstande dat voor één ervan (de (an)aerobische afbreekbaarheid van de tensioactieve stoffen) “weet niet” moet worden geantwoord, omdat deze informatie niet wordt megedeeld door de leveranciers. Het bedrijf merkt ook op dat in de fiche voor de allesreinigers ook verwezen wordt naar andere reinigingsmiddelen (vb. sanitaire reinigers), wat niet logisch is.

Het bedrijf in kwestie kan ook aan *quasi* alle optionele specificaties voldoen, uitgezonderd die m.b.t. het gebruik van spuitbussen met drijfgassen.

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie 100 à 200 werknemers.

2.2.14 Fiche 54 : Detergenten voor vaatwas met de hand

Voor deze producten bestaan er drie labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Het enige bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, bevestigt dat minstens één ervan reeds in zijn assortiment is vertegenwoordigd. Logischerwijze bevestigt het dan ook dat het aan alle technische specificaties voldoet. Daarenboven kan het ook voldoen aan alle optionele specificaties die het milieuvriendelijk karakter van zijn producten nog versterken.

Het bedrijf merkt op dat de specificaties blijkbaar nog geen rekening houden met de meest recente technologische evoluties, met name het toevoegen van enzymen aan de detergenten, die een nog milieuvriendelijker karakter zouden garanderen.

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie 20 à 50 werknemers.

2.2.15 Fiche 78 : Personenauto's

In de gids voor duurzame aankopen wordt de “milieuvriendelijkheid” van personenauto's gemeten aan de hand van hun ecoscore. Febiac, de beroepsfederatie van de automobiel- en tweewielerindustrie, heeft n.a.v. de marktstudie een brief gericht aan dhr. Minister Ma-

gnette, om er op te wijzen dat deze ecoscore een zuiver Belgisch initiatief betreft (trouwens niet gevalideerd door het Belgisch Instituut voor de Normalisatie), wat tot gevolg heeft dat meerdere invoerders van buitenlandse voertuigen de ecoscore ervan niet kennen. Vandaar dat Febiac voorstelt om deze indicator te vervangen door internationaal aanvaarde indicatoren zoals de EURO-normen en de CO₂-emissies.

Niettemin hebben toch vijf bedrijven het enquêteformulier (waarin dus gepeild werd naar de leverbaarheid van voertuigen met een bepaalde minimale ecoscore) ingevuld. Uit de antwoorden blijkt dat er, voor elk van de 13 beschouwde categorieën van voertuigen, altijd meerdere merken voorhanden zijn die aan de desbetreffende specificaties kunnen voldoen.

Dit geldt ook voor de optionele specificaties die het milieuvriendelijk karakter nog versterken.

Van de vijf bedrijven in kwestie behoort er telkens één tot de categorie 50 à 100, 100 à 200, 200 à 500, 500 à 1000 en meer dan 1000 werknemers.

2.2.16 Fiches 16 en 17 : Detergenten voor professioneel gebruik (wassen en vaatwas)

Voor deze producten bestaat er één enkel label dat garandeert dat ze milieuvriendelijk zijn. Het enige bedrijf dat deze beide enquêteformulieren heeft beantwoord, bevestigt dat dit label reeds in zijn assortiment is vertegenwoordigd. Logischerwijze bevestigt het dan ook te voldoen aan alle technische specificaties; bovendien voldoet het ook aan de bijkomende optionele specificatie i.v.m. proeven op dieren.

Het bedrijf pleit er voor om te streven naar een harmonisatie binnen Europa, en voor het onderling op elkaar afstemmen van soortgelijke initiatieven zoals het Ecolabel en het AISE-charter (*European Industry Sustainability Scheme*) dat door de betrokken industrie wordt gepromoot.

Het bedrijf situeert zich in de categorie 100 à 200 werknemers.

2.2.17 Fiche 18 : Ongediertebestrijding en -preventie binnenshuis

Deze enquête werd door slechts één enkel bedrijf beantwoord, dat erkent dat het geen houder is van het (Duitse) label dat op zijn activiteit van toepassing is. Niettemin voldoet het toch aan een aantal, zij het niet alle, specificaties die hierbij van toepassing zijn, met uitzondering van het verbod op gebruik van biocides binnenshuis zoals bepaald in het label. Hierbij

merkt het bedrijf op dat de Belgische regelgeving het gebruik van biocides binnenhuis niet verbiedt, althans voor zover het gaat om biocides die door de FOD Leefmilieu zijn erkend. Het op elkaar afstemmen van de specificaties in de wettelijke regelgeving en in de reglementen van de labels ware dus wenselijk.

Het bedrijf situeert zich in de categorie 50 à 100 werknemers.

2.2.18 Fiche 39 : Buitenhuismeubelen

Voor deze producten bestaan er meerdere labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Het enige Nederlandstalig bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, bevestigt dat het FSC label (allicht het meest gekende) in zijn assortiment is vertegenwoordigd. Logischerwijze zou het bedrijf dan ook moeten voldoen aan alle minimale specificaties uit dit label, maar op een aantal vragen heeft de geënquêteerde geantwoord dat hij het antwoord niet wist; dit wijst er dus in zekere zin op dat een aantal specificaties (*de facto* gaat het over de chemische samenstelling van houtbeschermingsproducten, kunststoffen, coatings, lakken e.d.) dermate complex zijn, dat de vertegenwoordiger van het bedrijf ze dus onvoldoende kan beoordelen.

Het bedrijf bevestigt ook te kunnen voldoen aan de optionele vereiste die ook door het FSC-label wordt voorgeschreven.

Het enige Franstalig bedrijf dat heeft geantwoord kon niet zeggen of de opgegeven labels reeds vertegenwoordigd zijn in het assortiment; de herkomst van het hout is dus blijkbaar niet gekend, maar het bedrijf bevestigt wel dat alle gebruikte producten zoals houtbeschermingsproducten, kleurmiddelen, lakken, vlamvertragers e.d. voldoen aan de vermelde specificaties.

De beide bedrijven behoren tot de categorie 20 à 50 werknemers.

2.2.19 Fiche 49 : Shampoo, conditioner, bodyshampoo en vaste en vloeibare zeep

Voor deze producten bestaan er meerdere labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Het enige bedrijf dat heeft geantwoord, bevestigt dat minstens één van deze labels reeds in zijn assortiment is vertegenwoordigd; het voldoet bijgevolg ook aan alle individuele minimum-specificaties, en ook aan de optionele vereisten. Het bedrijf merkt wel op dat vele van deze specificaties gericht zijn op *household*- en *housecare*-producten, en minder op industriële detergents.

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie 50 à 100 werknemers.

2.2.20 *Fiche 57 : Kleding en textiel*

Voor deze producten bestaan er meerdere labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Drie bedrijven hebben de enquête beantwoord, en minstens één label (öko-tex-100) is in het assortiment van alle drie vertegenwoordigd; daarentegen zijn meerdere labels in geen enkel assortiment vertegenwoordigd, terwijl één bedrijf nog een label signaleert (*Fibre Citoyenne*) dat niet in het enquêteformulier was opgenomen. Eén en ander lijkt toch te wijzen op een zekere “wildgroei” van labels in deze sector.

Eén van de bedrijven doet wel opmerken dat vele van deze labels eigenlijk hun doel voorbij-schieten, en dus geen echte garantie bieden voor de duurzaamheid van de gebruikte grondstoffen, het ergonomisch karakter van de kleding, de sociale voorwaarden waarin wordt geproduceerd, enz. Waarop deze kritiek gebaseerd is, kon in het kader van de huidige marktbevraging niet verder worden nagegaan.

Van de drie bedrijven behoorde er één tot de categorie 20 à 50 werknemers, één tot de categorie 50 à 100 werknemers, en één tot de categorie 100 à 200 werknemers.

2.2.21 *Fiche 73 : Verven, vernissen en beitsen voor gebruik binnen- en buitenhuis.*

Voor deze producten bestaan er meerdere labels die garanderen dat ze milieuvriendelijk zijn. Het enige bedrijf dat de enquête heeft beantwoord, heeft al deze labels in zijn assortiment vertegenwoordigd, en kan bijgevolg voldoen aan alle minimale vereisten; het voldoet daarenboven ook aan al de optionele vereisten. Nochtans merkt het bedrijf zelf op, dat de consument hierbij deels ten onrechte de indruk krijgt dat producten met dergelijke labels niet schadelijk meer zijn voor het milieu : zo bestaat de indruk dat verven op watergedragen basis beter zijn dan verven met solventen, waarbij over het hoofd wordt gezien dat watergedragen verven biocides bevatten tegen algengroei, die wel degelijk schadelijk zijn voor het milieu. Solventgedragen verven genieten dus de voorkeur, zeker wanneer hiervoor alkyds worden gebruikt, polymeren die – volgens het betrokken bedrijf – de kleinste *cradle to cradle*-CO₂-voetafdruk hebben (maar dit voordeel komt niet aan bod in de specificaties van de verschillende labels).

Het bedrijf in kwestie behoort tot de categorie 50 à 100 werknemers (maar is een filiaal van een veel grotere groep).

2.3 Analyse van het profiel van de invullers van de enquête

Wij gaan er vanzelfsprekend van uit dat de personen die de enquêtes hebben beantwoord, dit op een correcte wijze hebben gedaan. Gelet op het onderwerp was het niet mogelijk om in de vragenlijst controlevragen te verwerken; evenmin was het mogelijk – althans binnen het kader van de studieopdracht – de antwoorden op een onafhankelijke manier, d.w.z. op basis van informatie die buiten de enquête om zou kunnen worden ingezameld, op hun juistheid te controleren.

Dit gezegd zijnde, en rekening houdend met het toch zeer technisch karakter van de bevraging, is het relevant het profiel van de respondenten te analyseren. Deze informatie kon vrijblijvend worden verstrekt, en in het totaal zijn er gegevens beschikbaar voor een 40-tal bedrijven (in één geval hebben blijkbaar twee personen samengewerkt, want er werden twee functies opgegeven). Hierbij moet ook nog worden opgemerkt dat dit een open vraag betrof, waarbij de invullers dus niet moesten kiezen uit een vooraf opgemaakte lijst. De omschrijvingen werden dan door het studiebureau zelf ondergebracht in één van de volgende vijf categorieën : algemene directie – productiemedewerker – milieuverantwoordelijke – commercieel medewerker – andere (vb. administratie, boekhouding, HRM).

De absolute en procentuele aantallen zijn opgenomen in de volgende tabel :

functieproduct of dienst	absoluut aantal	procentueel aantal
productiemedewerker	19	45%
milieuverantwoordelijke	8	19%
algemene directie	7	17%
commercieel medewerker	3	7%
andere	5	12%
TOTAAL	42	100%

Tabel 3 : Overzicht van het profiel van de respondenten

Het hoeft allicht geen verwondering dat bijna de helft van de enquêtes werd ingevuld door productiemedewerkers, die inderdaad het best geplaatst lijken om de technische vragen te beantwoorden, althans voor zoverre de specificaties uit de verschillende fiches effectief nu reeds worden gerespecteerd. En dat milieuverantwoordelijken op de tweede plaats komen, hoeft ook geen verwondering te wekken.

In een toch niet onbelangrijk aantal gevallen heeft de CEO van het betrokken bedrijf de enquête ingevuld, wat wijst op het belang dat wordt gehecht aan het onderwerp. Hierbij is het natuurlijk ook wel zo, dat in KMO's (die een belangrijk deel van het *sample* uitmaakten), de algemeen directeur vaak nog dichterbij het productiegebeuren staat dan in grotere bedrijven, die het zich overigens gemakkelijker kunnen veroorloven om een voltijdse milieuverantwoordelijke in dienst te hebben.

Het laag percentage aan commerciële medewerkers dat de enquête heeft beantwoord zou erop kunnen wijzen dat de bedrijven het hebben (of proberen verwerven) van een milieulabel (nog) niet zien als een commerciële troef, laat staan noodzaak. Maar nogmaals, gelet op het technisch karakter van de vragenlijst (waar de vraag i.v.m. dergelijke labels eigenlijk alleen maar als aanloop diende tot het stellen van meer gedetailleerde technische vragen i.v.m. de verschillende criteria), moet deze vaststelling met de nodige reserve worden geformuleerd.

3. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

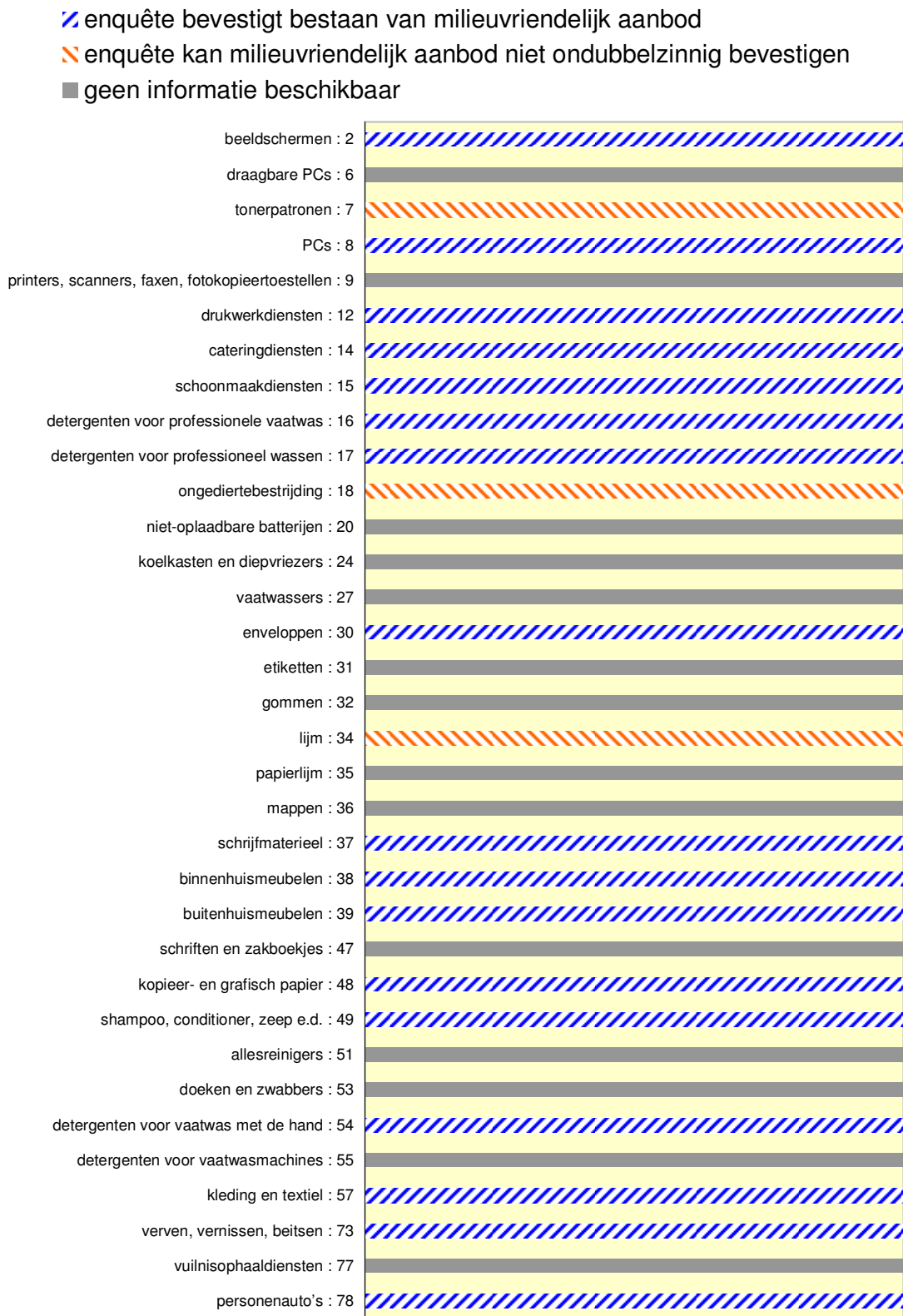
Ondanks de zorgvuldige samenstelling van de *samples* met te contacteren bedrijven, de moeite die werd gedaan om persoonlijke contactgegevens te gebruiken voor het verzenden van de enquêteformulieren, en het zo gebruiksvriendelijk mogelijk formaat ervan (onder elektronische vorm en met nagenoeg uitsluitend *multiple choice*-vragen), is de responsgraad – zelfs na het sturen van een rappel – eerder laag. Niettemin kunnen er toch – althans voor de fiches waarvoor antwoorden zijn binnengekomen – een aantal conclusies worden getrokken :

- voor de meeste producten of diensten blijkt er altijd wel minstens één bedrijf in staat te zijn om een milieuvriendelijk aanbod te formuleren; uitzondering – althans op basis van de beschikbare antwoorden – vormen de tonerpatronen, de lijmen en de diensten voor ongediertebestrijding en –preventie (hoewel deze laatste respondent erop wijst dat de bepaling uit de fiche waaraan hij niet kan voldoen, niet coherent zou zijn met de Belgische regelgeving terzake)
- hoewel het aandeel kleine bedrijven (minder dan 50 werknemers) nagenoeg de helft van de gecontacteerde bedrijven uitmaakte, maar slechts een goed kwart van het aantal antwoorden, kan toch worden gesteld dat ook de kleine bedrijven voldoende gesensibiliseerd zijn of kunnen worden voor de problematiek van het milieuvriendelijk karakter van hun assortiment
- voor ongeveer één op de drie behandelde fiches (dus product- of dienstenassortimenten) kon er geen informatie worden ingewonnen; de redenen hiervan konden – per definitie – niet worden achterhaald via de enquête, en zullen dus – samen met andere informatie – moeten worden ingewonnen via andere kanalen waarover PODDO beschikt.

Deze resultaten zijn ook schematisch voorgesteld op de figuur op de volgende pagina.

N N N

De enquête kaderde in de actualisatieoefening die binnen PODDO en in samenspraak met een aantal *stakeholders* liep, en waarbij het dus in de eerste plaats de bedoeling was, na te gaan of het nodig en opportuun was de reeds bestaande fiches aan te passen, zodat ze een nuttig(er) werkinstrument zouden vormen, in eerste instantie voor overheidsaankopers, en in tweede instantie ook voor producenten en groothandelaars. Aangezien de fiches, zoals reeds gezegd, in sterke mate gebaseerd zijn op lastenboeken die worden uitgebracht door instanties die een erkend label uitbrengen, stelt zich dus, “stroomopwaarts” van de vraag i.v.m. de fiches, de vraag of het systeem van labels een pertinent werkinstrument vormt in het kader van de bevordering van “duurzame” producten en diensten.



Figuur 4 : Aanbod van milieuvriendelijke producten en diensten op de Belgische markt

Uit de antwoorden op de enquête blijkt dat een aantal bedrijven hierbij een aantal bedenkingen hebben, waarvan een verdere analyse het kader van de studieopdracht overschrijdt, maar die wel het vermelden waard zijn :

- 1) eerst en vooral wordt er (terecht) op gewezen, dat de labels uitsluitend van buitenlandse origine zijn, wat dus het risico inhoudt dat ze bepalingen bevatten die een zeker protectionistisch karakter hebben voor de industrieën uit de betrokken landen, of dat ze in ieder geval geen rekening (moeten) houden met bepalingen die - mits daar goede redenen voor zouden bestaan - een zekere protectie van Belgische bedrijven zouden inhouden (dit zou wel mogelijk zijn indien er lastenboeken voor labels door Belgische *stakeholders* zouden worden opgesteld)
- 2) vervolgens merken sommige geënquêteerden op, dat vele specificaties die in de fiches zijn opgenomen, betrekking hebben op de gebruikte grondstoffen, maar eigenlijk niets zeggen over de duurzaamheid van het product dat er mee wordt geproduceerd. Bij wijze van voorbeeld : het is natuurlijk lovenswaardig dat de meubelindustrie wordt aangespoord om hout van duurzaam beheerde bossen te gebruiken; maar wat indien daar dan meubelen mee worden gemaakt die op zich niet duurzaam zijn en reeds na enkele jaren moeten worden vervangen, waardoor het houtverbruik - en dus de druk op de bossen - toeneemt ? Eenzelfde bedenking werd geformuleerd vanuit de kleding- en textielsector : waarom niet meer pleiten voor duurzame kledij die jarenlang meegaat ? En ook van de informaticasector komt een gelijkaardige vraag : het verdient zeker aanbeveling om te pleiten voor energiezuinige informatica-apparatuur, maar zouden er ook geen specificaties moeten zijn m.b.t. de levensduur van de gebruikte componenten ? Deze vraag wordt door een geënquêteerde uit de chemische sector (verfindustrie) nog verder opengetrokken, door te pleiten voor een *cradle to cradle*-impactanalyse op het milieu. Volgens de betrokkene zouden dergelijke analyses aantonen dat producten die op het eerste zicht milieuvriendelijker zijn dan andere, door de manier waarop ze *de facto* worden gebruikt (door de consument), in feite meer schade toebrengen aan het milieu dan gedacht
- 3) in punt 1) werd reeds gewezen op het feit dat er (voorlopig) nog geen Belgische labels bestaan, zodat m.a.w. geen rekening kan worden gehouden met eventueel terechte argumenten die door de Belgische industrie zouden kunnen worden naar voren gebracht om deze of gene specificatie (van buitenlandse oorsprong) te herzien. Sommige geënquêteerden stellen zich echter een andere vraag, nl. hoe onafhankelijk de instanties die deze labels toekennen (of de lastenboeken ervoor opstellen) eigenlijk wel zijn, en of ze wel voldoende kunnen weerstand bieden aan lobbywerk vanuit de betrokken bedrijven ?

In dit verband kan echter worden bevestigd dat PODDO, bij de selectie van de labels (en dus van de lastenboeken) die in de fiches zouden worden verwerkt, art. 23.6 van Richtlijn 2004/18 strikt heeft gerespecteerd^[11]

- 4) heel wat specificaties hebben niet zozeer betrekking op de gezondheid van het milieu, maar wel op de gezondheid van de (menselijke) gebruiker (vb. beperking of zelfs volledig verbod van stoffen die kankerverwekkend kunnen zijn). Dit aspect is vanzelfsprekend van essentieel belang, maar het gebruik van vele van deze stoffen is reeds zodanig wettelijk gereguleerd, dat het opnemen van specificaties daarover in de fiches eigenlijk weinig toegevoegde waarde schijnt te hebben.

Deze kritiek kan worden opengetrokken : inderdaad wijzen sommige geënquêteerden op de wenselijkheid om een zekere hiërarchie te scheppen in de labels, om ook een wildgroei aan specificaties te vermijden, en ook om de verantwoordelijkheid op het juiste niveau te leggen. Bij wijze van voorbeeld : de fiche voor de productie van enveloppen bevat alles samen ongeveer 80 specificaties, waarvan een aantal slaan op de samenstelling van het gebruikte papier (oorsprong van de vezels, gebruikte chemicaliën), een aantal op de gebruikte lijm en een aantal op de gebruikte inkt. Een fabrikant van enveloppes heeft echter maar weinig impact op de meeste van deze elementen, en is hierbij afhankelijk van het aanbod op de markt van deze materialen. Het is dan ook wenselijk om in plaats van te werken met omvangrijke lijsten van criteria, te focussen op een beperkte set van sleutelcriteria^[12], wat de bruikbaarheid van de productfiches zou verbeteren, en ook de opvolging van de toepassing ervan zou vereenvoudigen. Anders gezegd, dringt een significante vereenvoudiging van de fiches zich op, vanzelfsprekend na grondig overleg met de verschillende stakeholders (PODDO is overigens in de loop van de lente van 2010, dus tijdens de uitvoering van deze studie), met een dergelijke oefening gestart).

^[11] Dit artikel luidt als volgt : *"When contracting authorities lay down environmental characteristics in terms of performance or functional requirements as referred to in paragraph 3(b), they may use the detailed specifications, or, if necessary, parts thereof, as defined by European or (multi-)national ecolabels, or by any other ecolabel, provided that :*

- *these specifications are appropriate to define the characteristics of the supplies or services that are the object of the contract*
- *the requirements for the label are drawn up on the basis of scientific information*
- *the eco-labels are adopted using a procedure in which all stakeholders, such as government bodies, consumers, manufacturers, distributors and environmental organisations can participate and*
- *they are accessible to all interested parties"*.

^[12] *Wanneer we deze specificaties voor enveloppes bijvoorbeeld zouden extrapoleren naar voertuigen, dan zouden we criteria moeten verwachten i.v.m. het staal voor het koetswerk, de lakken voor het schilderen ervan, de kunststoffen voor de zetels en het interieur, de chemicaliën gebruikt in batterijen, enz., maar hiervan is in de betrokken fiche geen spoor terug te vinden (deze beperkt zich tot bepalingen voor de uitstoot van schadelijke stoffen door de motor), allicht omdat de fiche anders onwerkbaar complex zou worden. Een gelijkaardige opmerking geldt natuurlijk voor alle soorten producten die bestaan uit een (complexe) assemblage van onderdelen en materialen.*

- 5) *last but not least*, merken een aantal respondenten op, dat het systeem met de fiches, waarvoor de tijd nodig om ze te ontwikkelen en ingang te doen vinden niet onbelangrijk kan zijn, het risico inhoudt dat de specificaties achterlopen op de meest recente technische evoluties die nog milieuvriendelijker kunnen zijn, maar die nog niet aan bod komen in de fiches.

Zoals gezegd, kunnen deze kritische noten enkel maar worden gesignaleerd, maar heeft de enquête op zich onvoldoende materiaal kunnen opleveren om de vragen die ze oproepen ook daadwerkelijk en afdoende te beantwoorden. Niettemin bestaat toch de indruk - en misschien wijst ook de lage responsgraad in die richting, maar dit kan niet worden geverifieerd, en de hierna volgende conclusie heeft dan ook een deels speculatief karakter - dat het systeem van de fiches met specificaties die gebaseerd zijn op lastenboeken voor het toekennen van labels, niet helemaal aan het doel beantwoordt, nl. het promoveren van productieprocedures die niet alleen niet mogen leiden tot een uitputting van de beschikbare grondstoffen (incl. deze voor energie), maar die eigenlijk zouden moeten leiden tot een minimale impact op het milieu, met name dus ook door te zorgen dat de producten die geproduceerd worden, op zich ook een duurzaam karakter hebben. Zoniet bestaat het risico dat het respecteren van de specificaties uit de fiches, en dus het bezitten van één of meerdere labels, een overdreven tot zelfs onterechte indruk van duurzame ontwikkeling creëert.

Dit gezegd zijnde, is het natuurlijk ook zo, dat geen enkele respondent een alternatieve aanpak heeft voorgesteld, zodat m.a.w. mag worden besloten dat het instrument van de labels en de fiches, ook al garandeert het misschien (nog) niet het *nec plus ultra* op het vlak van duurzame ontwikkeling, daar in ieder geval zeker een positieve bijdrage toe levert.