

Nieuwe website en SO-keurmerk staat

Sustainable office voor duurzame kantoorartikelen

Op de website van Sustainable Office (SO) staan steeds meer **duurzame kantoorartikelen**. Een **SO-keurmerk** is de volgende stap. Quantore nam alvast het voortouw door in de **nieuwe bedrijfspcatalogi** artikelen te voorzien van het logo van SO.

door Jaap van Holten

Sustainable Office is een branchebreed initiatief van de Commissie Sustainable Office om duurzame kantoorartikelen onder de aandacht te brengen en eindgebruikers beter te informeren over deze producten. Om de kar van duurzaamheid in de kantoorbranche te trekken is een Commissie opgericht. In deze werkgroep hebben tien leden zitting: Esselte, Hamelin, Jalema, Lyreco, MVO Nederland, Office Depot, Office World, DuurzamerWerken, Quantore en Staples. AgentschapNL en MVO Nederland zijn agendalid van de Commissie. Sustainable Office wordt ondersteund door het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie.

KantoorVak Trends & Design interviewde drie leden van de Commissie; Cees van Manen (voorzitter van de Com-

missie en tevens voorzitter van Office World), Yvonne Keijzers van DuurzamerWerken (zij houdt zich vooral bezig met content en communicatie) en Marcel Jacobs. Tijdens het interview blijken alle drie zich met hart en ziel in te zetten voor duurzaamheid. Dat moet ook wel, want er ging en er gaat veel (vrije, onbetaalde) tijd zitten in de oprichting van Sustainable Office en

het vervolg daarvan. Van Manen over dat vervolg: "Wij werken aan een overkoepelend, onafhankelijk Europees label voor duurzaamheid voor kantoorartikelen. Op die onafhankelijkheid wordt trouwens gelet door de onpartijdige partijen. Zo zit bij ons MVO Nederland aan tafel, die daar op let."

Van Manen: "De productgroep archivering dient als pilotproject. Er wordt een scorekaart ontwikkeld die in een later

stadium ook op andere productgroepen kan worden toegepast. Het label wordt net het energielabel, waarin verschillende niveaus (A t/m G) bestaan." Is aan het SO-label ook auditing van toepassing? Van Manen: "Het vormen van een onafhankelijk en deskundig oordeel over de betrouwbaarheid of een kantoorartikel echt duurzaam is, voorkomt dat wij een leeg label zijn. Dus auditing zal zeker aan de orde komen."

EUROPESE LANDSTALEN | Het internationale karakter van zowel het Sustainable Office keurmerk als van Sustainable Office zelf is niet alleen zichtbaar in de naam maar ook op de site. Die is tweetaalig: Nederlands en Engels. Keijzers: "Het ligt in de bedoeling de website in alle Europese landstalen te publiceren. Daarbij is belangrijk dat via onze website inkoopers en gebruikers snel duurzame kantoorartikelen kunnen vinden. Alle

"SO biedt transparantie op het gebied van sustainable producten."



Leden van Sustainable Office. Van links naar rechts: Bert Janssen [Hamelin], Wilbert Hofmeester [Quantore], Yvonne Keijzers [DuurzamerWerken], Carlos Ortiz-Valero [Esselte], Cees van Manen [Office World (voorzitter)], Diane Buggenhout [Lyreco], Taco Zevenbergen [Lejeune (secretariaat)], Marcel Jacobs [Office Depot], niet op de foto staan de deelnemers Marie-Louise Kruijssen van Staples en Loek van Rhee van Jalema.



artikelen op onze site voldoen aan de criteria zoals die zijn opgesteld door AgentschapNL, een onderdeel van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu. Producten zijn gemakkelijk te vinden door het invullen van de leverancier- of Eancode, het artikelnummer, de leveranciersnaam of productnaam. Momenteel bevinden zich bijna negenenveertighonderd artikelen in onze database.”

WERKWIJZE | De bedrijven die momenteel participeren zijn: Acco Brands Benelux, Avery Dennison, BIC Benelux, Edding, Esselte, Fellowes Benelux, Hamelin, Jalema, Kangaro K.T.C., Loeff's Patent, Lyreco, Multo en Pilot Pen. Wat moet een leverancier doen om zijn producten in de database van Sustainable Office te laten opnemen? Van Manen: “Die dienen contact op te nemen met het secretariaat van Sustainable Office. Dat is ondergebracht bij Office World in Den Haag, de brancheorganisatie van in Nederland werkzame leveranciers van kantoor- en aanverwante producten. Na een positieve beoordeling door de Commissie wordt de leverancier toegevoegd en kunnen zijn producten in onze database worden opgenomen.” Voor nadere informatie zie www.sustainable-office.eu. Bovendien is Sustainable Office te vinden op LinkedIn en op Twitter: @SustOffice.

OBSTAKELS TE OVERWINNEN | Jacobs: “De Commissie van Sustainable Office heeft als taak transparantie te brengen op het gebied van duurzame kantoorartikelen. Het platform daarvoor bestaat uit een website met database en een Europees duurzaamheidslabel voor kantoorproducten. De criteria die daarvoor gelden zijn al lang geleden opgesteld door SenterNovem dat nu onderdeel is van Agentschap NL.” Toch zijn er nog obstakels te overwinnen. Jacobs: “Op de eerste plaats omdat er productcategorieën zijn waarvoor nog geen criteria zijn opgesteld. Ten tweede treedt vertraging op omdat de

overheid ook te maken heeft met allerlei reorganisaties. Zo zou dit jaar een revisie komen op de criteria, maar die wordt verschoven naar volgend jaar.” Wordt er naast productcriteria ook gekeken naar andere criteria? Jacobs: “Dat gaan wij zeker doen, je moet naar de hele keten kijken en dan komen ook sociale en ethische aspecten aan de orde. Denk hierbij aan de arbeidsomstandigheden en mensenrechten. Wij moeten bewust kijken naar sociale aspecten van het product, bijvoorbeeld of er geen kinderarbeid is. Overigens is dat al een voorwaarde bij Europese aanbestedingen.”

SO-KEURMERK | Zoals gezegd is een SO-keurmerk de volgende stap. Quantore nam alvast het voortouw door in de nieuwe bedrijfscatalogi artikelen op te nemen voorzien van het SO-logo. Op zich niet zo verwonderlijk want voor de selectie van kantoorartikelen waarvoor destijds criteria zijn opgesteld, diende een overzicht van Quantore met daarop de meest verkochte artikelen. De criteria zijn tevens basis voor het verkrijgen van het SO-label waarmee straks naar verwachting honderdduizenden artikelen zijn voorzien. Dat roept de vraag op of er dan niet sprake is van gelijkvormigheid? Jacobs: “Ja, maar het idee achter het keurmerk is marktdifferentiatie. Dat geldt niet alleen voor producenten, maar ook voor resellers. Voor de betrokken partijen maakt die verscheidenheid het juist interessant om in te stappen.

Met als gevolg dat je daarmee nog meer transparantie brengt naar iedereen in de keten. In de toekomst op Europees niveau.” Over de toekomst zegt Van Manen: “De verwachting is dat de komende tijd veel meer kantoorartikelen in onze database opgenomen zullen worden. Op termijn zullen ook producten uit andere productgroepen worden opgenomen, zoals meubilair, tonercartridges, papier en reproductie-apparatuur. Ook zal het aantal fabrikanten sterk toenemen. Er zijn fabrikanten voor wiens producten op dit moment geen criteria gelden. Die willen, zodra dat wel het geval is, graag met ons meedoen. Hetzelfde geldt voor distributeurs. Uiteindelijk zullen wij doorgroeien naar een onafhankelijke vereniging of stichting met voldoende middelen om de continuïteit van dit platform van duurzaamheid te waarborgen.”

“Het idee achter het keurmerk is marktdifferentiatie.”

