

Plastic als grote onbekende

We gooien er de oceanen mee vol, maar we onderzoeken het niet. Hoeveel plastic er bij de productie in een bedrijf weglekt in het milieu? MVO Experts zouden het graag weten, maar beschikken zelfs van hun eigen organisatie niet over harde cijfers. Laat staan dat de Experts weten wat er tijdens transport gebeurt of wat de eindgebruiker met plastics doet.

Het wordt hoog voor een Plastic (Soup) Footprint.

Plastics maken ons leven gemakkelijker. Het is niet alleen goedkoop, we kunnen er van alles en nog wat van maken wat we overal voor kunnen gebruiken. De vraag naar plastics is dan ook enorm. De productie ervan is in de afgelopen vijftig jaar met een factor twintig toegenomen, een enorme stijging, maar het is een ontwikkeling met een keerzijde. Milieuactivisten en belangenorganisaties berichten al sinds jaren over de nadelen en gevaren van plastics. Aangezien het overgrote deel ervan een synthetische structuur heeft en niet afbreekt in het milieu waar het veelal in belandt, is de sluipende vervuiling inmiddels groot. Meer inzicht en bewustwording is gewenst.

Over de gevolgen voor het milieu en onder meer de voedselketen wordt steeds meer gepubliceerd. Op dit moment wordt slechts 28 procent van de gebruikte plastics gerecycled. De rest worden niet hergebruikt. 40 Procent van de gebruikte plastics belandt in de stort of vuilverbranding, en de resterende 32 procent 'verdwijnt' ergens in het milieu. Wanneer plastic in het milieu (in het water, in de lucht of op het land) terecht komt in de vorm van macro-, micro- of zelfs nanoplastics, wordt dit 'plastic lekkage' genoemd. De cijfers daaromtrent liggen er niet om. Het is dan ook een logische vervolgstap dat milieuactivisten en overheden maatregelen voorstellen om het plasticgebruik terug te dringen.

De overheersende gedachte is dat wanneer individuen of organisaties hun plasticgebruik verminderen door toepassing van alternatieven en hergebruik, de plasticlekkage en daarmee de milieuschade

zal afnemen. Ondanks deze pogingen stijgt de plasticproductie nog ieder jaar met 8 procent.

Waarom is het zo moeilijk om organisaties te mobiliseren hun plasticgebruik te reduceren? Misschien liggen hier economische overwegingen aan ten grondslag. Omdat het plastic basismateriaal heel goedkoop is, zijn de voordelen (kostenbesparing) die gepaard gaan met de reductie van plasticgebruik minimaal en wordt het niet snel als doel bestempeld. Motivatie kan mogelijk wel liggen in maatschappelijke verantwoordelijkheid. Over plasticgebruik in zijn algemeen, het zich bewust zijn van de risico's van plastics en bedrijfseconomische aspecten van plasticgebruik is helaas nog weinig bekend. Om meer inzicht te krijgen in hoe organisaties denken over en omgaan met plastics, heeft Impact Centre Erasmus (ICE) onder zijn leden van het MVO Expert-panel een enquête gehouden.

De meerderheid (76 procent) van de leden van het MVO Expert-panel onderschrijft het belang om inzicht te hebben in het plasticgebruik in de eigen organisatie en bijna evenveel leden (73 procent) vinden het belangrijk om ook inzicht te krijgen in het plasticgebruik in de keten. De praktijk daarentegen is weerbarstiger en toont andere resultaten. Hoewel bijna de helft van de respondenten aangeeft zicht te hebben op het plasticgebruik in de facilitaire organisatie, heeft slechts een kleine 15 procent kennis van het plasticgebruik in de gehele keten. Daarnaast is ook het inzicht in de plasticlekkage door de eigen organisatie bij de productie (21 procent), de assemblage (17 procent), de transportfase (17 procent) en bij de eind- >



MVO Experts: er zit een groot gat tussen bezorgdheid over de gevolgen van plastics en daadkracht om binnen de eigen organisatie lekkage naar het milieu te voorkomen.

Wanneer plastic in het milieu (in het water, in de lucht of op het land) terecht komt in de vorm van macro-, micro- of zelfs nano-plastics, wordt dit 'plastic lekkage' genoemd



gebruiker (13 procent) beperkt. De resultaten uit het MVO Expert-panel laten zien dat organisaties meer besef hebben van het plasticgebruik en de plasticlekkage in de eigen organisatie dan die in de keten. Hetzelfde patroon is te vinden in de inzichten van de experts in de manieren om plasticgebruik en -lekkage te reduceren. Het merendeel van de respondenten heeft ideeën bij het verminderen van plasticgebruik in de eigen organisatie (61 procent). Daarentegen weet maar een kwart (24 procent) van de experts hoe plasticgebruik in de keten gereduceerd kan worden. Dat geldt ook voor plasticlekkage. Minder dan de helft van de respondenten (42 procent) weet hoe de plasticlekkage in de eigen organisatie

teruggebracht kan worden. De helft daarvan (20 procent) heeft ideeën bij het verminderen van plasticlekkage in de keten. Op het terrein van inzicht en bewustwording is nog veel winst te behalen. Opvallend is dat velen aangeven dat plasticgebruik of plasticlekkage niet van toepassing is op hun eigen organisatie.

Een vraag die gerelateerd is aan de doelstellingen voor de reductie van plastics, is de vraag wie daarvoor verantwoordelijk is binnen de organisatie. Een groot percentage van de respondenten (zie de tabellen) is van mening dat dat niet de verantwoordelijkheid van één persoon of afdeling is, maar een onderwerp betreft waarvoor meerdere personen binnen de organisatie

verantwoordelijk zijn. Men ziet met name een grote rol weggelegd voor de directie en de afdeling inkoop. Als verschillende afdelingen verantwoordelijk worden geacht, is het in de praktijk vaak onduidelijk wie de regie gaat voeren. En zonder strakke regie worden er meestal weinig concrete resultaten geboekt.

Opvallend is ook het gebrek aan transparantie omtrent plastics. Maar liefst 83 procent van de MVO Experts geeft aan dat de organisatie niet rapporteert over plasticgebruik en 94 procent niet over plasticlekkage. Veel respondenten dragen irrelevantie als reden aan. Andere MVO Experts geven aan dat de focus in hun organisatie ligt op andere milieuthema's

of dat plasticreductie een voor hen nog relatief onbekend onderwerp is.

Ondanks de beperkte implementatie van aan plasticgebruik gerelateerde doelstellingen, de onduidelijkheid over verantwoordelijkheid en het gebrek aan transparantie, is plasticreductie wel een onderwerp van gesprek binnen de organisaties. Volgens 39 procent van de respondenten committeert zijn of haar organisatie zich aan een initiatief dat plasticreductie tot doel heeft. Denk daarbij aan bijvoorbeeld Cradle to Cradle, Green Deal, initiatieven van de brancheorganisatie en circulaire economie programma's. Dat het onderwerp 'plastic reductie' toch leeft in de organisatie, blijkt eveneens uit het feit een meerderheid (57 procent) van de experts aangeeft dat het reduceren van plastics binnen hun organisatie een onderwerp van gesprek is. Ook is het een thema in contacten met toeleveranciers (40 procent). Plasticreductie is bij 24 procent onderwerp van gesprek binnen de keten en bij 21 procent binnen de branche.

Het beleid rondom de reductie van plasticgebruik en -lekkage is in ontwikkeling, maar nog lang niet omgezet in daadkracht. Het wordt hier en daar besproken maar er lijkt weinig tot geen regie te zijn, weinig vastgestelde verantwoordelijkheid of doelstellingen. Bewustwording lijkt

Maar liefst 83 procent van de MVO Experts geeft aan dat de organisatie niet rapporteert over plasticgebruik en 94 procent niet over plasticlekkage

de eerste stap. Echter, staan organisaties überhaupt wel open om zich, naast hun bestaande MVO-portfolio, ook nog te richten op het onderwerp 'plastics'? 40 Procent van de experts denkt dat organisaties wel gemotiveerd zijn om aan plastic reductie te werken. 43 procent van de experts is hier neutraal over en 17 procent denkt dat ze niet gemotiveerd zullen zijn. Dit overwegend positieve vertrouwen in de houding van de organisaties van onze MVO Experts geeft hoop, maar er moeten wel grote stappen gezet worden om het bewustzijn van organisaties rondom plastics te vergroten. Daarvoor is meer onderzoek en meer publiciteit nodig om inzichtelijk te maken hoeveel plastic er gebruikt, hergebruikt en verspild wordt, wat de kosten én verantwoordelijkheid daarvan zijn voor de keten, de branche en de individuele organisaties.

Wanneer organisaties kunnen zien wat de impact van plastics is op de keten, en wanneer de voordelen van reductie-maatregelen scherp naar voren worden gebracht, zal voor veel organisaties 'plastic reductie' vermoedelijk hoger op de MVO-agenda komen te staan. Maar hoe kunnen we meer gevoel creëren bij de omvang en de gevolgen op het milieu en de volksgezondheid? Of zul je de omvang van het probleem pas echt inzien als je op Bali gaat golfsurfen en je vin van je surf-

plank je afremt omdat je vastloopt in de plastic soup? Of spreken de recent aangespoelde dode walvissen aan de Duitse Waddenkust met hun ingewanden vol met plastics, waaronder 13 meter visnet en stukken van 70 centimeter auto-onderdelen, meer tot de verbeelding? Wellicht kunnen we met een vloeistof de nanodeeltjes plastic in de voeding op je bord laten oplichten en daarmee een gevoel van urgentie creëren? Hoe voorkomen we dat mensen zich verschuilen achter uitspraken als: "Och, het valt allemaal wel mee. Japanse wetenschappers hebben immers onlangs een PET-etende bacterie gevonden dus aanpakken aan de bron is niet nodig?"

Gestimuleerd door de groeiende problemen rondom plastic soup en de resultaten van deze enquête wordt momenteel een Plastic (Soup) Footprint ontwikkeld. De Plastic (Soup) Footprint, een initiatief van de Plastic Soup Foundation (PSF), Impact Centre Erasmus en PwC, beoogt organisaties bewuster te maken van de bestaande plasticstromen zodat er draagvlak komt om deze te verminderen en te vereenvoudigen om zo mogelijkheden voor recycling en circulariteit te verbeteren. Door te sturen op de bron kunnen we zo gezamenlijk lekkage naar het milieu zo veel mogelijk voorkomen. ■

Verantwoordelijkheid voor plastic reductie binnen de organisatie

	Ja, verantwoordelijk	Neutraal	Nee, niet verantwoordelijk
Directie	71%	16%	13%
Inkoop	79%	15%	6%
Productie design / productie	52%	34%	14%
Afdeling KAM (Kwaliteit, Arbo, Milieu) / Duurzaamheid	61%	24%	15%
Logistiek/Distributie	48%	35%	17%

Verantwoordelijkheid voor plastic lekkage binnen de organisatie

	Ja, verantwoordelijk	Neutraal	Nee, niet verantwoordelijk
Directie	59%	31%	10%
Inkoop	49%	37%	15%
Productie design / Productie	48%	37%	16%
Afdeling KAM (Kwaliteit, Arbo, Milieu) / Duurzaamheid	56%	32%	12%
Marketing / Communicatie	23%	45%	32%
Logistiek / Distributie	49%	34%	17%

Meedoen aan het MVO Expertpanel?

Het MVO Expertpanel is opgericht door de Erasmus School of Accounting & Assurance/Erasmus School of Economics en bestaat uit MVO-professionals en besluitvormers uit het bedrijfsleven, de overheid, belangenorganisaties, de not for profit-, ontwikkelings- en goededoelen-organisaties. Deelnemers zijn voornamelijk CEO/algemeen directeur en MVO of CSR-managers van onder meer de AEX/AMX-bedrijven en organisaties uit het professionele netwerk van de betrokkenen. Zij zijn allen actief in besluitvorming en/of advies rond Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Ook (oud-) docenten en alumni van het Executive Program CSR maken deel uit van het MVO Expertpanel.

Wilt u ook deelnemen aan het MVO Expertpanel? U kunt uw aanvraag voorleggen via een mail: mvo-expertpanel@ese.eur.nl