

Survey til Kosmetik & Hygiejnebranchens medlemsvirksomheder

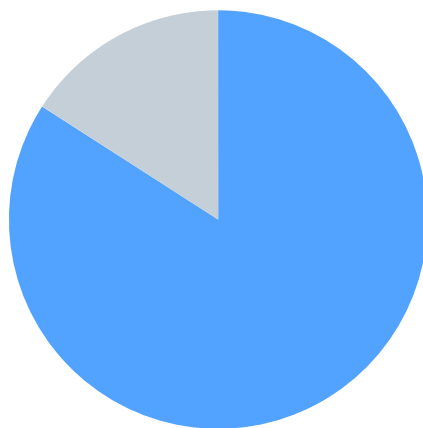


Sektion 1

Survey til Kosmetik & Hygiejnebranchens medlemsvirksomheder



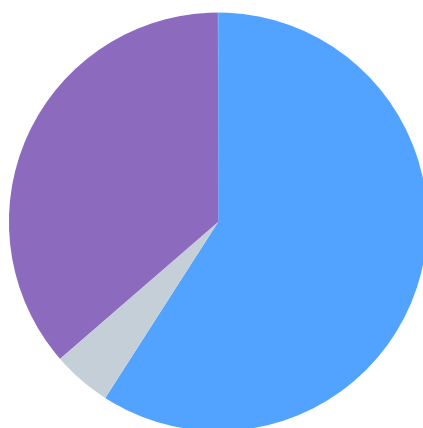
Hvilken virksomhed repræsenterer du?



Observationer

Total	44
● Kosmetik	84,1%
● Detergent	15,9%

Har I lavet en strategi/målsætning på bæredygtighedsområdet i jeres virksomhed?



Observationer

Total	44
● Ja	59,1%
● Nej	4,5%
● Vi overvejer det	36,4%

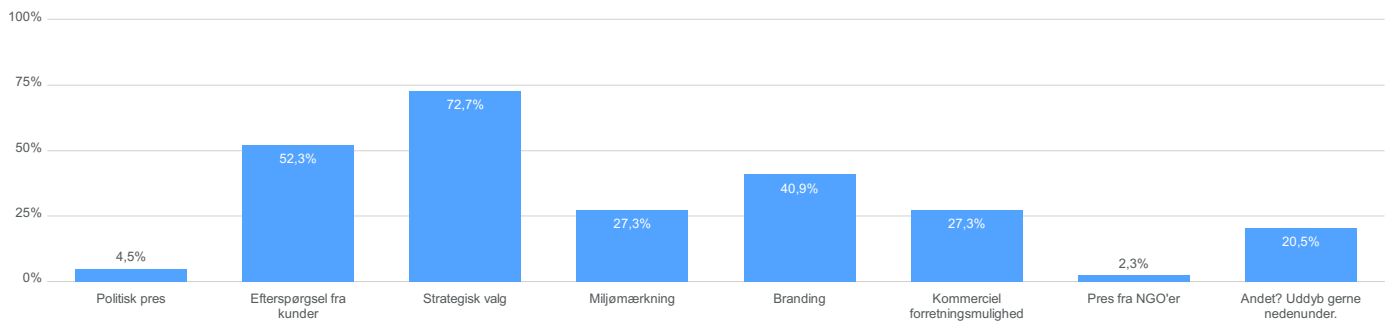
Hvis ja, hvad er fokus i strategien? (f.eks. miljø, sundhed el.lign.)



Observationer

Total 37

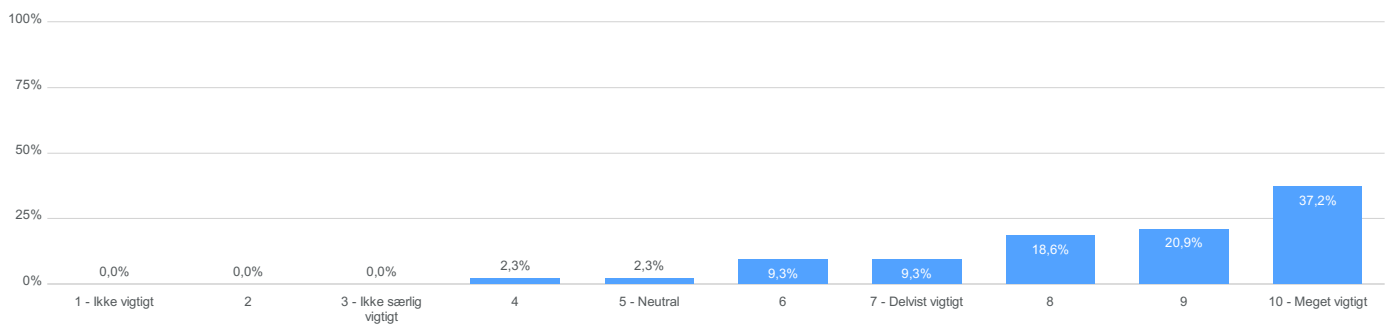
Hvad er de primære årsager til at I arbejder med bæredygtighed? (sæt gerne flere kryds)



Observationer

Total 44

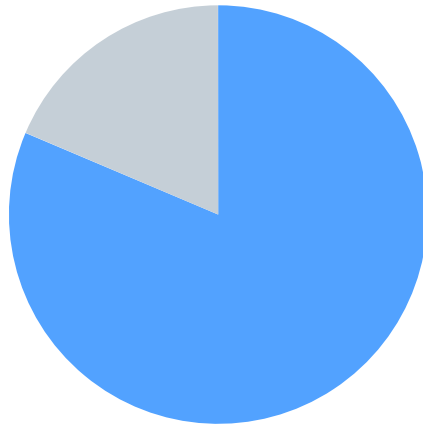
I hvor høj grad er det vigtigt for jeres virksomhed at have miljøtiltag på emballageområdet?



Observationer

Total 43

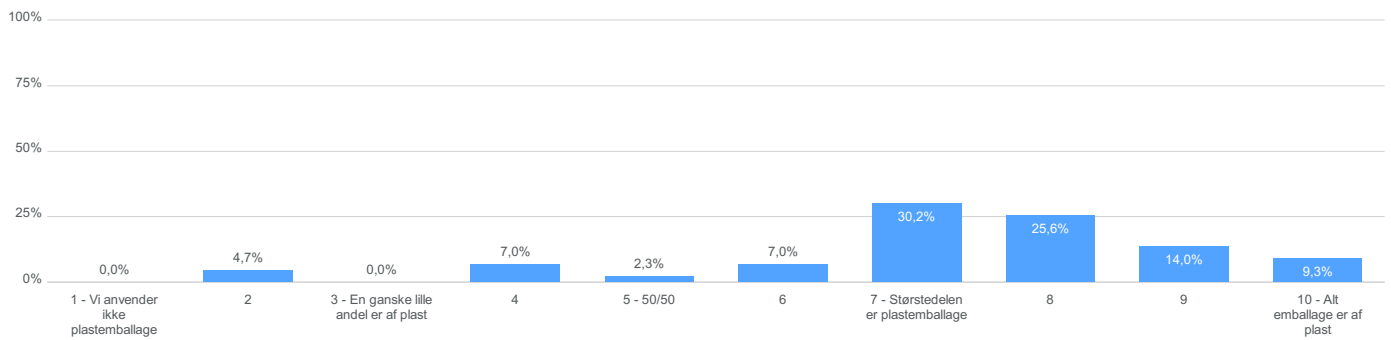
Oplever I krav til emballageområdet? (f.eks. fra kunder, egne interessenter el.lign.)



Observationer

Total	43
● Ja	81,4%
● Nej	18,6%

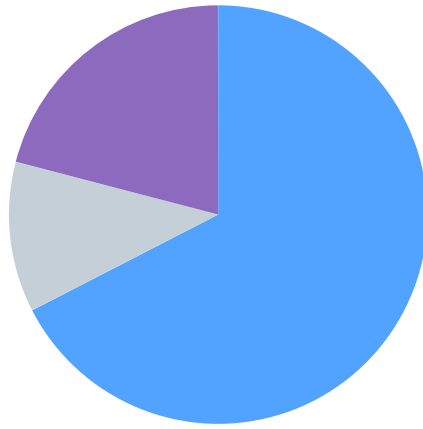
Hvor stor en andel udgør plastmaterialet i jeres emballager i dag?



Observationer

Total	43
--------------	-----------

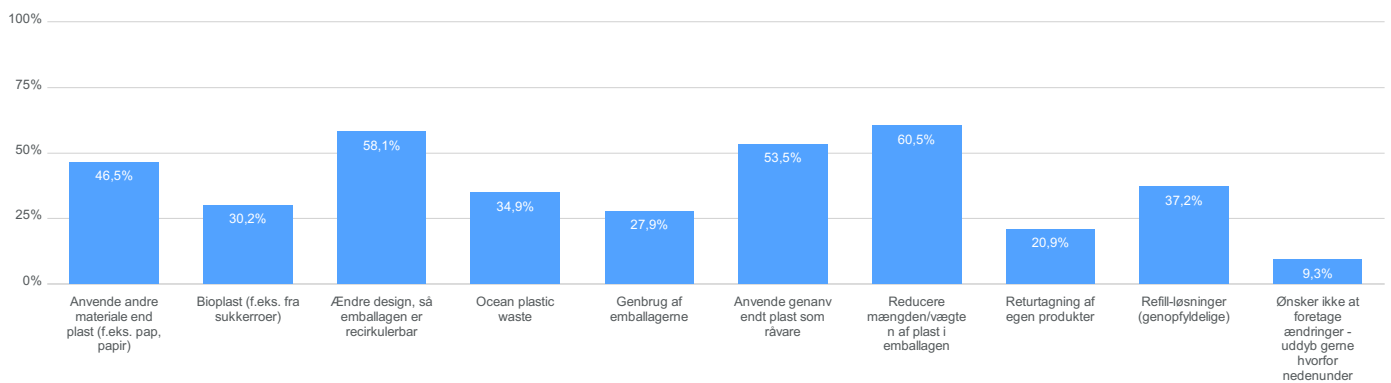
Har I fremtidige planer om at reducere jeres plastforbrug?



Observationer

Total	43
● Ja	67,4%
● Nej	11,6%
● Ved ikke	20,9%

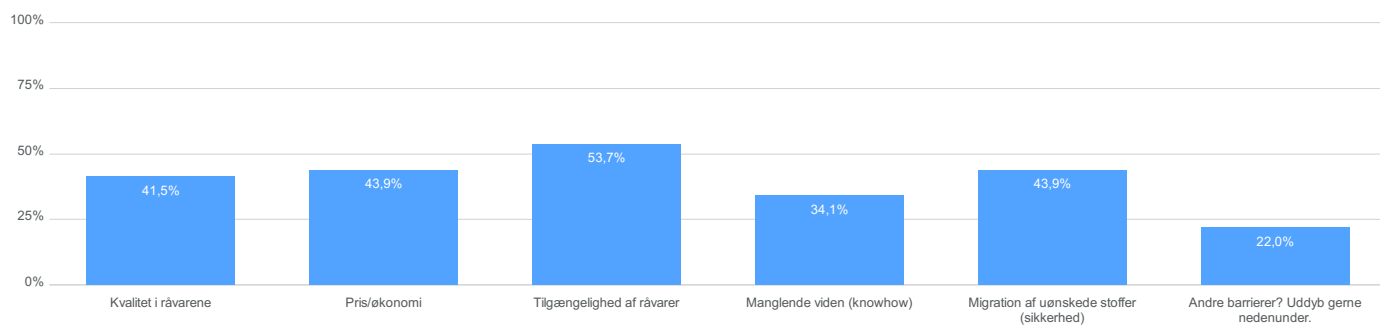
Hvilke miljøtiltag kunne I forestille jer at foretage på jeres emballager? (sæt gerne flere kryds)



Observationer

Total	43
--------------	-----------

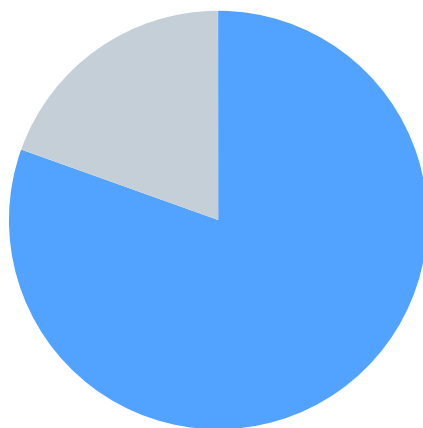
Hvad anser I som de største barrierer for at foretage ændringer på jeres emballager? (sæt gerne flere kryds)



Observationer

Total 41

Har I behov for mere viden på plast- og emballageområdet?



Observationer

Total 41

● Ja 80,5%
● Nej 19,5%

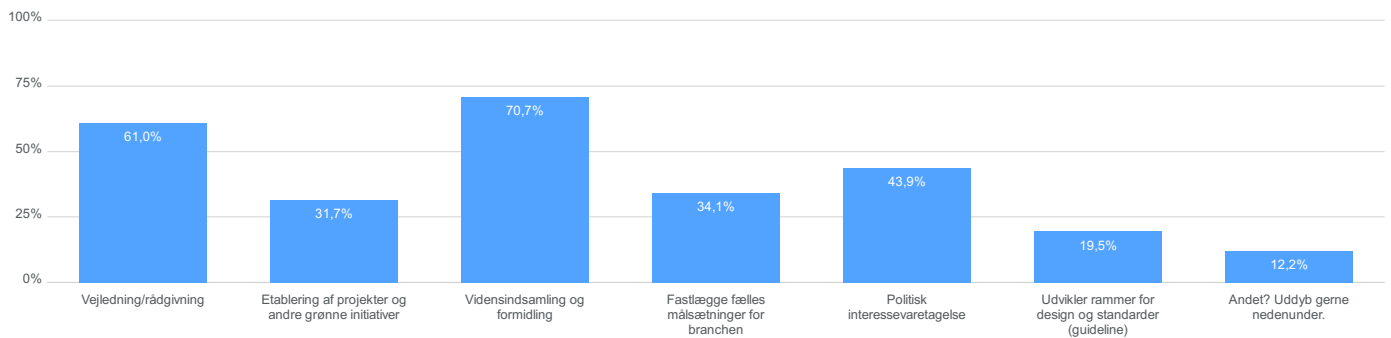
Hvilken viden mangler I? Kom gerne med eksempler.



Observationer

Total 30

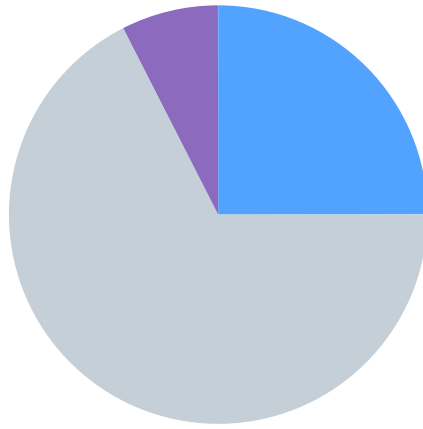
Hvilken rolle mener I Kosmetik & Hygiejnebranchen kan have for at understøtte jeres indsatser for et mere bæredygtigt emballagevalg? (sæt gerne flere kryds)



Observationer

Total 41

Ville I være interesseret i at deltage i en fælles 'plastic pledge' fra branchen?



Observationer

Total

● Ja

● Vi vil overveje det

● Nej - uddyb gerne hvorfor nedenunder.

40

25,0%

67,5%

7,5%

Fritekstbesvarelser

Survey til Kosmetik & Hygiejnebranchens medlemsvirksomheder



HVIS JA, HVAD ER FOKUS I STRATEGIEN? (F.EKS. MILJØ, SUNDHED EL.LIGN.)

1. • To take significant environmental aspects and impacts into account throughout our operations, maintaining a functioning environmental management system at each factory. • To consider that environmental issues are properly assessed and considered when key decisions are taken, including issues relating to supply chains, processes, distribution and logistics, new product development, due diligence, mergers and acquisitions. • To establish and measure the significant environmental impacts of our operations, set targets for performance improvements and monitor progress against those targets in areas including but not limited to energy, greenhouse gas emissions, water usage / quality and waste. • To promote the efficient use of energy and natural resources, eliminating and minimising waste, and re-using and recycling where practical. • To make a real and meaningful contribution to mitigating climate change and global water scarcity, by considering the lifecycle perspective of our products, including raw materials, packaging, production, distribution, consumer use and end of life, reducing greenhouse gas emissions and water, reflecting national and international government agendas when setting targets. • To engage with our suppliers, customers and other stakeholders on environmental issues (including climate change, water management and waste impacts) relating to our products, their manufacture and the sustainability of supply chains (via the Responsible Sourcing of Natural Raw Materials Policy and Human Rights and Responsible Business Policy and Standard both available at www.rb.com). • To promote that employees have a level of knowledge and understanding appropriate to their environmental responsibilities and are aware of actions they can take to reduce their impacts. • To conduct an annual review, including progress against targets, and to make that review publicly available in our annual Sustainability Report.

2. In a global business environment characterized by economic uncertainty, social imbalances, and environmental challenges we strive to grow in a responsible manner. Our “We care.” sustainability strategy supports us in assuming our responsibility towards people and the environment. This strategy defines clear objectives for our actions towards the people within and outside our company to whom we are committed, as well as towards the environment. Our sustainability strategy focuses on three pillars: “Products, Planet, People“. It thus comprises sustainability topics right along Beiersdorf’s entire value chain – ranging from raw materials procurement, through the health and safety of our employees, to our social engagement outside our company. Read more about our global progress in our latest Sustainability Review.

3. Miljö

4. Environment, health, society and employees

5. miljø

6. se nærmere her: <https://www.colgatepalmolive.com/en-us/core-values/sustainability>

7. Vores fokus er på bæredygtighed - herunder økologi og etik, således at både miljø, mennesker og dyr har optimale forhold. Fx i forbindelse med miljø, har vi nylig udviklet en ny balsam, som fungerer godt, men uden brug af silikone. Selvom silikone præsterer godt i hårplejeprodukter, tager det for lang tid for naturen at nedbryde. Vi er derudover på udkig efter emballage-alternativer i forhold til nuværende materiale. Vi mener ikke at glas er det oplagte valg, da det dels ikke yder produkterne den beskyttelse som airless emballage har, og det er derudover også vores forståelse, at glas' CO2 mæssige aftryk er mere massivt end den emballage vi nuværende benytter. Vi vil meget gerne høre nærmere om hvordan markedet bevæger sig her, da vi er et lille firma, der ønsker miljørigtige løsninger inden for emballage, men som skal være muligt at købe hjem i mindre partier. Fokus er også på sunhed - fx undgår vi de 26 allergener som EU har på deres liste.

8. miljø

9. Miljø

10. Miljø for detergenter for selve indholdet/produktet Allergi for kosmetik Vil gerne lave noget omkring miljø/bæredygtighed på emballage, men der er for mange usikre faktorer til, at vi endnu har kunnet tage beslutningen.

11. plast

12. Miljø, samfund & forbrugere

13. I vores overvejelser: Miljø, bæredygtighed

14. miljø og sundhed

15. Vi har fokus på miljø og sundhed

16. Fjernelse af nødvendig plast i emballage. Skift fra plast-embalge til pap hvor det er muligt.

Oprettelse af donationssystem, hvor vi enten fjerner plast fra verdenshavene, eller planter træer - afhængig af hver der giver bedst mening på sigt.

17. PURSUING OUR PURPOSE Socially, environmentally and financially, we act with integrity, responsibly and sustainably in all our markets. better business The better business element of our strategy has four pillars, which focus RB on faster-growing markets and categories, and enable us to outperform. better society The better society element of our strategy is about how we meet our responsibilities in relation to our communities and our products. We also aim to outperform expectations in social impact investment. better environment The better environment element of our strategy sets out how we minimize our emissions, water use and waste, while ensuring we source responsibly and innovate to produce more sustainable products.

18. Vi er en del af en amerikansk koncern, og moderselskabet arbejder med sustainability for flere parametre, så det skal definere for vores 'business unit' - men et eksempel er 'ocean plastic' - dvs. fokus på 'single use plastic' og dermed emballage. Men det vil være under overskriften 'miljø'.

19. Vi anvender plast og glas som kan genbruges. Vi laver produkter som i langt størstedel består af naturlige ingredienser, vi mener disse er i bedre balance med naturen.

20. Både miljø og sundhed

21. Miljø og sundhed

22. Holisme og bæredygtighed har altid udgjort de helt basale værdier i La Biosthetique's virksomhedskultur. Beskyttelse af naturen, er en del af vores ansvar. Her henter vi vores vigtigste ressourcer, nemlig indholdsstofferne til vores produkter. Her har vi iht. ISO 16128:2017 anvendt 90% af naturlig oprindelse. Udover hvad vi alt kan gøre internt i virksomheden lige fra den strøm vi bruger til produktion til det vand vi anvender, gør vi en forskel, med 100% ren energi, 100% klimaneutral emballage lige fra 100% biologisk nedbrydelige majschips, til alt pap vi anvender stammer fra bæredygtigt skovbrug. Derudover anvender vi transportører, der arbejder mod GoGreen leveringer. Det er derfor vigtigt for os, at alle vores samarbejdspartner, om det er leverandører af råstoffer eller emballage, eller vores forhandlere, så bære vi alle en forpligtelse til at videreudvikle vores bæredygtighedspolitik. Da gennem vores beslutninger er vi med til at påvirke såvel arbejdsglæden internt, som hver enkelt salonpartner og også deres medarbejder. Det er en kultur af gensidig respekt, og dette ansvar tager vi meget seriøs. I forhold til størrelsen er vi den virksomhed i branchen, der investerer mest i uddannelse og videreuddannelse. I forbindelse med naturbeskyttelsen sker der dagligt nye opdagelser, som måske allerede er forældede i morgen. Så enhver afgørelse er kompleks og har betydning på mange områder. På basis af vores værdier og overbevisninger fører vi virksomheden gennem enhver tids økologiske, sociale og økonomiske udfordringer på bedste vis.

23. Reduktion af ikke-genanvendelige materialer

24. Vi har flere emner i strategien, men en del af den er meget langsigtet da den går på/til år 2080 - meningen er, at vi allerede nu skal tage fornuftige og bæredygtige valg, således vi også har en god og rentabel virksomhed i 2080. Vi har under dette, et projekt (Promise to the Environment) der er delt ud i endnu 4-5 del-projekter. Det ene går på emballager (med alt hvad det indebære af genbrugsprocent i indkøbt emballage, men også muligheden for genanvendelse af det vi sender ud). Et andet går på RCI (Renewable Carbon Index) af vores kemiske råvare, og et tredje delprojekt går på zero-waste... Så der er stor fokus på miljø.

25. miljø og sundhed

26. Anvendelse af mere miljørigtige produkter og emballage.

27. https://www.jnj.com/_document/johnson-johnson-health-for-humanity-2020-goals?id=0000015c-adde-d4cb-a5fd-efdef8110000 People We'll help people be healthier by providing better access and care in more places around the world. Places We'll make the places we live, work and play healthier by using fewer and smarter resources. Practices We'll team up with partners and employees to create a culture of health and well-being.
28. økologiske ingredienser og bæredygtig emballage, produktion og div. markedsføring
29. Vi er igang med en sådan, men er ikke færdige endnu.
30. Både Miljø og sundhed
31. Miljö, sundhet, social responsibility, resourcing responsibility.
32. bæredygtige råvare, altså råvare af vegetabilsk oprindelse. Udover dette kigger vi også på plast og genbrug af dette.
33. Strategien er under udarbejdelse as we speak. Fokus er cirkulær økonomi og går primært på miljø.
34. Miljø, sundhed, arbejdsforhold
35. sund livsstil, sikkerhed i produkter og arbejdsmiljø, bæredygtig brug af ressourcer
36. Vi har en strategi for hele vores supply chain. Målsætning pr. 2020 (med 2005 som udgangspunkt) er reduktion på -60% af CO2 udledning, vandforbrug og affaldsmængde. Jeg sender en slide med resultater og rapport for 2018. Derudover vil vi hjælpe 100 000 udenfor arbejdsmarkedet i job. Og vi vil sikre at alle medarbejdere i verden har sygesikring og mindst én dags undervisning pr. år. I Norden har vi især fokus på CO2 udledning; i vores distributionscentral i Greve vil vi være CO2 neutrale pr 2030 - herunder har vi fokus på transport. Vi arbejder også på reduktion af vores affaldsmængde fra distributionscentralen, samt vores vand- og energiforbrug. Vores nordiske kontorer har højt fokus på energi og affald.
37. miljø

HVILKEN VIDEN MANGLER I? KOM GERNE MED EKSEMPLER.

1. Danish approach on packaging material and sustainability on packaging/recycling etc. questions.
2. Det er stadig svært at finde sandheden om hvilket plastik er godt og hvilket er forkert at benytte og hvornår

3. test og dokumentation i.f.t produktets sikkerhe

4. Vi vil meget gerne høre fra folk der har studeret området hvad forskellen på plast-emballage og glas REELT er når vi taler CO2 aftryk. Vi vil meget gerne finde alternativer til vores eksisterende airless produkter. Vi har til en kommende serie bestilt Ocean Waste Plastic som vi kender ret godt, men vores eksisterende serie er hvid i emballagen, og Ocean Waste Plastic har kun begrænset af deres i hvid, som de har reserveret til anden side. Desuden udgør OWP i hvid emballage kun ca 40% og det synes vi egentlig godt kunne være bedre. Vi så MEGET gerne alternativer på miljørigtig emballage, som er muligt at købe hjem i mindre partier. Som udgangspunkt vil det være en fordel for os, hvis denne kunne erstatte og ligne vores nuværende hvide airless emballager, men vi er meget åben for muligheder. Det er et kæmpe emne at sætte sig ind i, det ville være spændende at høre en upartisk version af hvad market byder på.

5. Det komplette regnskab på emballagemulighederne - incl. transport, resource mangel, affald som resource, embodied energi, konkurrence ifht fødevaremanglen osv. Samt ikke mindst at få den viden ud til forbrugerne om, hvad der reelt er den mest miljøvenlige vej at gå.

6. NA

7. Miljøpåvirkning vs andre emballasjetyper

8. Design, kvalitet, renhed af genanvendt plast

9. Vi mangler viden omkring alterantiver - er det en bedre løsning ? Det er svært at få det fulde overblik, så vi kan "udregne" konsekvenserne ved at ændre emballager. Plastic er jo et fint materiale....bare ikke når det ender i havet.

10. De fysiske muligheder der findes i dag indenfor wrap af non food. Nye indpakningsmuligheder der gør at kunderne ikke kan åbne varen uden at bryde en forsegling.

11. indhold af urenheder i genanvendt plast

12. Internt arbejder vi med 'miljø impact' på forskellige områder - men ønsker ikke uddybe detaljer her :-)

13. En oversigt over leverandører ville være brugbart.

14. Det er altid nyttigt med mere viden - og navnlig mulighederne for anvendelse af OWP emballage forekommer særdeles relevant og interessant at dyrke.

15. Umiddelbart er det jo nok ikke direkte mig, da jeg jo ikke står for nytænkning af emballage, det overlader jeg til moderselskabet. Men det interesserer mig på den front, så jeg bedrer kan forklarer hvorfor hvad bliver gjort. For udviklingen går rigtig stærkt, og tænker også, at der på et eller andet tidspunkt vi når der hen, hvor produktion af plastemballage kan laves meget mere miljøvenligt end det er i dag. Tror mere på det vi hørte, hvad direktøren fra Stadsing sagde, det er koncentrerer vi skal ud i, så vi på den måde kan minimerer emballagen. (det er for øvrigt noget vi gør i dag, og har gjort i rigtig mange år.)

16. Der hersker stor tvivl om hvilken retning der er rigtig..

17. Det er mest migration vi bekymre os om - og om emballagen (eller eventuelle urenheder) resultere i at vores produkter ikke kan holde sig længe nok.

18. Mere viden omkring selve genanvendelsesprocessen hvad kan genanvendes og hvordan gør man sine produkter endnu mere genanvendelige

19. - How can we use recirculated plastic in cosmetic primary packaging without compromising the safety of the products? - Positive examples on how to reduce secondary plastic packaging eg. wrapping of pallets - Knowledge from the recycling industry what they need to be able to recycle more instead of insineration eg. materials, design, leabelling, consumer instructions on how to seperate & recycle etc

20. hvis der kan udvikles papemballage der kan indeholde enzymer og olier uden det går i opløsning

21. En allround basisviden så man kan filtrere de mange info man får.

22. Vi behöver alltid lokal input på hur förpackningar hanteras och bedöms.

23. Er det i det hele taget muligt af genbruge plast som stammer fra rengøringsmiddel området til ny plast, Der bruges især polyethylen til disse emballager. Hvis skal dette kommunikerer ud til f.eks NGOérne og myndigheder, så vi ikke bliver pålagt krav som ikke giver mening.

24. Vi mangler rammer for hvordan et produkt skal sikkerhedsvurderes Vi mangler rammer for hvornår en løsning er miljømæssig korrekt og hvornår den ikke er Vi mangler konkrete LCA'er Vi mangler rammer og lovgivning ift. "Green washing"

25. ingen, vi ikke allerede er i gang med at undersøge

26. Vi har behov for LCA undersøgelser, der understøtter hvad der er den rigtige vej at gå. Vi har f.eks. behov for svanemærke kriterier på emballager der inkluderer LCA.

27. Hvilke typer plast skal vi anvende for at optimere i forhold til bæredygtighed. Kan vi undgå at anvende æsker som indpakning - hvilken betydning vil det have for forbrugerens perception af brandet.

28. Sortering af plastik i Danmark og Norden.

29. hele cirkulær og tilgængelighed

30. Spændende emballager Leverandører