

Om groen van te worden!



Het maakt niet meer uit voor welk schap je staat: de aanprijzingen biologisch, duurzaam, vegan, natuurlijk of groen moeten lokken tot (vaak) duurdere aankopen.

Hierbij wordt vooral de kleur groen gebruikt om een associatie te geven met verantwoord. Weten klanten wel wat ze zoeken en wij aanbieders wel wat we verkopen?

Als de klant vraagt om groene of natuurlijke cosmetica, vraagt die dan naar de grondstoffen, het totale product (inclusief verpakking) of naar een specifiek ingrediënt? Is die begaan met het productieproces of wil ze geen natuurbelastende producten?

Meestal wordt natuurlijk geassocieerd met gezond. Niet dat natuurlijke stoffen per definitie beter zijn dan synthetische. In de natuur komen stoffen voor die schadelijk kunnen zijn. Neem paddenstoelen of haal eens een brandnetel langs je gezicht. Natuurlijke stoffen kunnen allergenen bevatten die bij mensen huidreacties

veroorzaken. In theorie is iedere stof gevaarlijk als de concentratie te hoog is. Dat geldt zelfs voor water. Daarom zijn combinaties en verhoudingen essentieel, want in bijna elk product zitten synthetische onderdelen. Natuurlijke ingrediënten in cosmetica zijn in het algemeen van natuurlijke oorsprong, want ze zijn immers afkomstig van Moeder Natuur. Echter moeten ze wel gescheiden worden van onwenselijke bestanddelen. Hier geldt dus de definitie van een synthetisch proces: 'Het vermengen van elementen, stoffen of entiteiten in een verenigde eenheid'. Letterlijk ieder cosmetisch product valt hieronder.

Monica van Ee, directeur hannah (Foto: William Rutten)

'Niet dat natuurlijke stoffen per definitie beter zijn dan synthetische... haal maar eens een brandnetel langs je gezicht'

Voor het lichaam maakt het niet uit of een stof of product synthetisch of natuurlijk is. De realiteit: door de mens gemaakt, nagebootst of direct onttrokken uit de natuur zegt niets over veiligheid. Ook niet of dit gunstig is voor de natuur. Neem palmolie, dat gebruikt wordt in make-up, zeep, crèmespoeling, deodorant en shampoo. Een natuurlijk ingrediënt waarvoor regenwouden worden platgebrand, diersoorten verdreven, mensen ontvreemd en dat voor veel CO2-uitstoot zorgt. Terwijl er natuurlijke en synthetische alternatieven bestaan. Neem mica, een verzamelnaam voor mineralen gewonnen uit vulkanisch gesteente met glimmende en reflecterende eigenschappen en hierdoor veel toegevoegd in make-up. Onlangs heeft Terre des Hommes een rapport gepubliceerd over kinderarbeid in de mica-mijnen in India. De meeste zichzelf respecterende bedrijven hebben gedragscodes met daarin opgenomen hiervan geen gebruik te maken en treffen maatregelen in de productieketen en eisen (en controleren) een verklaring omtrent de herkomst. Is men begaan met onze planeet en medemens, dan gaat het 'natuurlijk' eigenlijk veel meer over sustainability (duurzaamheid) dat de teelt, groei, productie en distributie van ingrediënten op een wetenschappelijk manier hanteert.

Natuurlijke bewustwording is altijd goed en je klant helpen bij de keuze is zinvol en sympathiek, maar het maakt voor de werking en veiligheid niet uit of het natuurlijk of synthetisch is. Natuurlijk is vaak een marketingkreet zonder wetenschappelijk fundament. Marketeers grijpen iedere nieuwe populaire term aan hun product aan te prijzen.

Ook de (inmiddels misplaatste) claim 'No...', zoals in 'geen parabenen'. Alsof het gebruik van het verbannen ingrediënt schadelijk is. Er worden alleen veilig geteste parabenen gebruikt als conserveermiddel. Ze zijn essentieel voor de veilig- en houdbaarheid en effectief tegen schimmels en bacteriën. Dus een claim dat 'het' er niet inzit, beweert dat het wél schadelijk kan zijn. Dankzij strenge wet- en regelgeving hoeft men zich bij cosmetica geen zorgen te maken wat veiligheid betreft: voordat het in Nederland op de markt komt wordt het getest door een bevoegde veiligheidsbeoordelaar. De Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit (NVWA) houdt hier toezicht op. Natuurlijke cosmetica moet aan dezelfde wetgeving voldoen als niet-natuurlijke cosmetica (de Cosmeticaverordening) en zijn dus even veilig.

Adviseren is goed luisteren naar de klant (en het uitgangspunt van het product begrijpen), want die ziet vaak door de bomen het bos niet meer.