



Women in Europe for a Common Future | WECF

# Informeren van consumenten over chemische stoffen in consumentenproducten

Sascha Gabizon, WECF

# Art.33 The Right To Know : 45 dagen!

- Volgens de Europese REACH verordening heeft de Europese consument het recht om te weten of er zeer zorgwekkende chemische stoffen in een product zitten = zogenaamde **“right to know”**

# Art.33 communicatie bijzondere zorgstoffen...

- Uit eerder onderzoek - van de EEB – bleek dat grote bedrijven, die aan de termijn van 45 dagen voldoen, vaak slechts gedeeltelijk informatie geven en vaak ook niet in het Nederlands. Hier ligt dus een rol en kans voor de voorlopers.

# Communicatie over stoffen belangrijk voor baby/ kinderproducten branche

- Juist voor branche die zich richt op zwangere vrouwen en kleine kinderen is REACH essentieel: hoogste bescherming mens & milieu, alle emissie routes afdekken!
- Vrouwen geven schadelijke stoffen door aan kinderen tijdens zwangerschap en borstvoeding
- Kinderen lopen mogelijk grotere en blijvende gezondheidsschade op door blootstelling aan schadelijke stoffen

# HUMAN BIO MONITORING

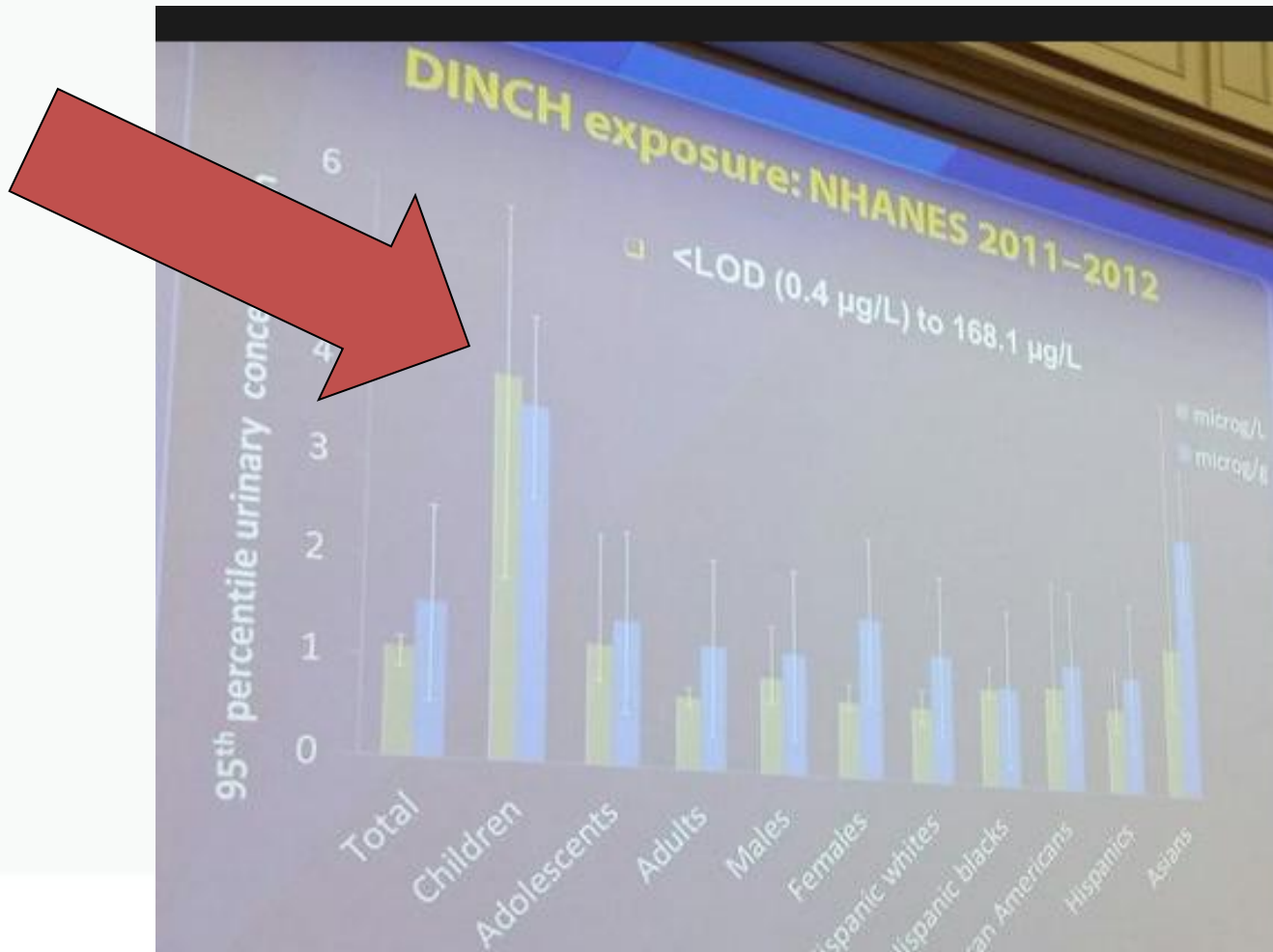


2nd International Conference on  
Human Biomonitoring, Berlin 2016  
**Science and policy for a healthy future**

April 17 – 19, 2016  
Langenbeck-Virchow-Haus  
Berlin, Germany

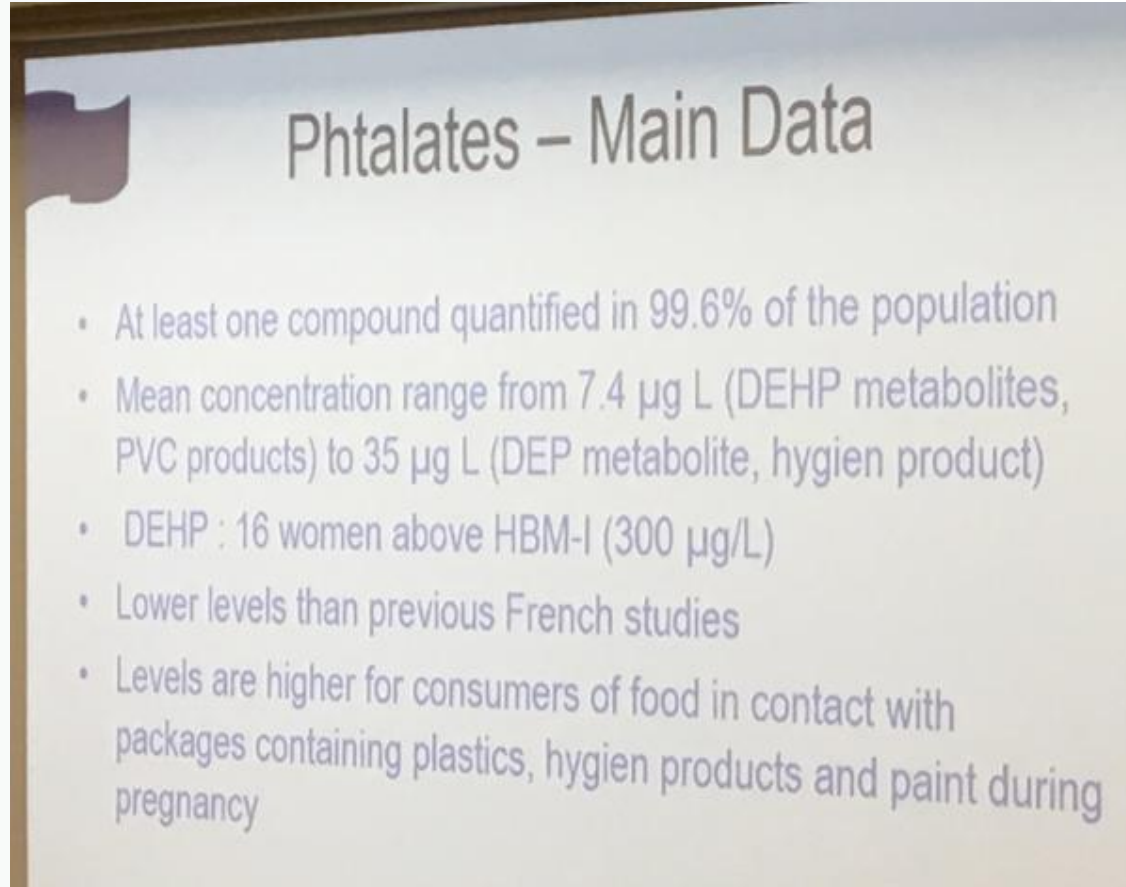
# „Human Bio Monitoring“ data

B.v.Kinderen met hele hoge niveau's van DINCH



# Bronnen; in huisstof en voedsel

- Hoge niveaus van Bisfenol-A, DEHP, pesticides
- Bronnen o.a. plastic voedselverpakking en, elektronische apparatuur, wonen landbouwgebied, ..
- **GOED NIEUWS:** voor SVHCs gaat naar beneden!!



Phtalates – Main Data

- At least one compound quantified in 99.6% of the population
- Mean concentration range from 7.4  $\mu\text{g/L}$  (DEHP metabolites, PVC products) to 35  $\mu\text{g/L}$  (DEP metabolite, hygien product)
- DEHP : 16 women above HBM-I (300  $\mu\text{g/L}$ )
- Lower levels than previous French studies
- Levels are higher for consumers of food in contact with packages containing plastics, hygien products and paint during pregnancy

# Kosten voor de maatschappij

- 200 – 300 miljard Euro van hormoonverstorende stoffen
- NB: kosten voor aanpassen industrie een fractie



# BPA rapport RIVM

- Grote zorg, vooral voor gevoelige groepen:
  - Kinderen
  - Zwangere
- Urgente stappen nodig, o.a. BPA-vrije ziekenhuizen, scholen, zwangere informeren, bescherming werknemers

...

# Reacties of consumenten vragen

- De consument kan in de winkel vragen of er stoffen van de kandidaatslijst in een bepaald product zitten (onderzoek WECF [\(“Goed Gebruik REACH”\)](#)).
- De eerste reactie vaak defensief [antwoorden op WECF voorbeeldbrief](#)



The screenshot shows the website 'EEN VEILIG NEST' with a teal header containing navigation links (Thuis, Nieuws, Publicaties, Actie, Over ons, WECF, Contact) and social media icons. Below the header is the logo and a menu with 'Klussen', 'Wonen', 'Verzorgen', and 'Spelen'. The main content area features a photograph of various colorful children's toys, including a pink piggy bank, a green frog, and a blue car. Below the photo is the title 'De voorbeeldbrief!' and a breadcrumb trail 'Thuis » Actie » De voorbeeldbrief!'. An 'Agenda' section is partially visible, with the heading 'Word een bewuste consument, stel vragen' and the text 'Durf de winkelier voor je aankoop te bevragen over schadelijke stoffen in het product. Dat kan met een brief of een email aan de klantenservice of de winkelier zelf. Zie hiervoor onze'.

# Ervaringen van consumenten met art 33..

- In plaats van de vraag te beantwoorden een terug vraag: “waarom de consument dit wilde weten”.
- “maak je geen zorgen lieverd” alles is goed, zonder nadere toelichting
- “deze informatie is niet toegankelijk”
- Wanneer wel een antwoord, vaak in Engelstalige standaardbrief

# Waar komt consument dan terecht?

- b.v. voor hormoonverstorenders bij WECF website

The screenshot shows the WECF website with a navigation bar at the top containing links for 'Thuis', 'Nieuws', 'Publicaties', 'Actie', 'Over ons', 'WECF', and 'Contact'. There are also social media icons for Twitter, Facebook, and RSS, a 'Language' dropdown, and a search bar labeled 'Zoeken'. The main header features the logo 'EEN VEILIG NEST' and the sub-header 'Klussen Wonen Verzorgen Spelen'. A large banner image shows a baby's face with a yellow warning triangle and a red 'X' over it, with the text 'Luiers, speentjes, kleding en verzorging' and 'Waar kun je op letten bij de dagelijkse verzorging van je kind'. Below the banner is a 'bekijk de video' button. The 'Nieuws' section contains three news items: 'Erkenning RIVM en VWS: BPA gevaarlijk voor zwangere vrouwen en kinderen' (with a duck toy image), 'Praktisch, maar o zo ongezond: babydoekjes!' (with a baby image), and 'Maak kennis met Anne-Rose: een mama met een missie' (with a woman image). A 'meer nieuws' button is at the bottom right of the news section. The footer has three columns: 'Over ons', 'Hormoonverstoorders', and 'Het veilige nest van: Margriet', with a 'cf.eu' logo on the far right.

WECF | Women in Europe for a Common Future - International Home Page

Tips voor een gezonde leefomgeving voor je kind | Een Veilig Nest

Thuis Nieuws Publicaties Actie Over ons WECF Contact

Twitter Facebook RSS Language Zoeken

**EEN VEILIG NEST**

Klussen Wonen Verzorgen Spelen

**Luiers, speentjes, kleding en verzorging**

Waar kun je op letten bij de dagelijkse verzorging van je kind

[bekijk de video](#)

**Nieuws**

Erkenning RIVM en VWS: BPA gevaarlijk voor zwangere vrouwen en kinderen

Praktisch, maar o zo ongezond: babydoekjes!

Maak kennis met Anne-Rose: een mama met een missie

[meer nieuws](#)

**Over ons**

**Hormoonverstoorders**

**Het veilige nest van: Margriet**


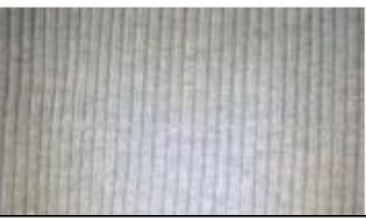
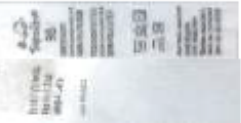



cf.eu

# Wat kan beter?

- **Betere informatie binnen de keten** – voortraject voor het functioneren van art.33
- Vooral naar down-stream ondernemers en winkeliers
  - Welke stoffen informatie opvragen bij leverancier
  - Hoe keuzes maken uit bestaande ecolabels
- Training voor medewerkers over hoe te communiceren
- Transparant – gebruik Bill of Materials voor informatie in de keten en naar klant

## Bill of Materials (BOM)



No	description		amount	Fabric/AC-code	color	Part no.	weight	Contact info supplier	SVHC (%)
1	(picture of sub-article)	(main description)							
				44% Polyester Denim					
2		Rib			Mid Grey Mélange	02	95 gm		
7		Care label		100% polyester	Black ,White	05	0.21 gm		
8		Sewing thread		100% polyester	Golden Brown, navy & Beige	06/07/08 /09/10			
9		Eyelet for W/B		Metal	Navy		5.62 gm		
10		Press Button		Metal	Old Silver	13	12.80 gm		

# Conclusie

- Art. 33 is belangrijk instrument en een recht
- Consument moet zelf kunnen beslissen
- Geen 'ongewenste' blootstelling
- Veel consumenten willen ook nu al informatie over
  - de stoffen die in de toekomst op de kandidaatslijst zouden kunnen komen (EDCs)
  - de substitutie stoffen ...
- Focus – BPA stappen, Gevoelige groepen
- Andere regelgeving? – productveiligheid?