

REACH: na de paniek gloort innovatie

J. Venselaar¹

Op 13 december stemde het Europese parlement in met de REACH-verordening. Precies op die dag organiseerden de VVM-secties Milieustrategie en Veiligheid en de Nederlandse Procestechnologen (NPT) een symposium over de consequenties ervan. Duidelijk werd dat alle paniek van de laatste jaren het nu verstandig is constructief aan de gang te gaan. De nieuwe richtlijn kan soms problemen geven, maar zeker is dat REACH ook bron zal zijn voor veel innovatie. Juist bedrijven die dit onvoldoende onderkennen, komen in de problemen.

REACH - Registratie, Evaluatie en Autorisatie van Chemische stoffen - betreft het registreren van alle thans in gebruik zijnde stoffen. Deze moeten worden getest op schadelijke effecten en er worden onderworpen aan blootstelling- en risicostudies. Dit zal een forse inspanning van de industrie vergen. De consequentie kan zijn dat stoffen niet meer beschikbaar zijn. Met als consequentie dat nieuwe stoffen en andere productsamenstellingen ontwikkeld moeten worden, terwijl ook de wijze van toepassing moet veranderen.

Minder probleemstoffen

Maar hoe organiseer je de productinnovatie die door REACH nodig is? En welke mogelijkheden hebben bedrijven om efficiënt in te spelen op de gevolgen die de richtlijn kan hebben bij het ontwikkelen van producten, materialen en toepassingen? Tijdens het symposium van de VVM en de Nederlandse Procestechnologen is uitgebreid op deze vragen ingegaan. Frits von Meijenfeldt (ministerie EZ) stelde dat er, na de eerste voorstellen, in overleg met alle partijen een forse bijstellingen is geweest. Eerder werd nog gesproken van 20 tot 30% van nu gebruikte componenten voor bijvoorbeeld verf, drukinkt en oppervlakte actieve stoffen die 'een probleem kunnen gaan geven'. Redenen daarvan kunnen zijn dat stoffen, die zeer gevaarlijk zijn, uitgefaseerd moeten worden. Verder kan de productie door de registratiekosten oneconomisch worden; met name voor kleine bedrijven, die speciale stoffen maken in de range van 1 tot 100 ton, zijn de kosten relatief hoog. Ook zou van het gebruik van de stoffen kunnen worden afgezien als hiervoor andere beperkingen gaan gelden. Inmiddels, aldus de EZ-man, gaat de overheid uit van 5 á 6 % 'probleemstoffen'. De registratie betreft 30.000 van de 103.000 nu in gebruik zijnde stoffen. Zo'n 800 tot 2000 stoffen zullen uiteindelijk maar 'zeer gevaarlijk' blijken en vervangen moeten worden. Door beperkingen in de verplichtingen zullen ook de kosten van registratie vaak meevallen. Bij twijfel zal de industrie echter naar alternatieven moeten kijken. De industrie denkt dat het aantal toch groter zal zijn. Ook de publieke opinie speelt daarbij een rol.

Aansluiten bij praktijk

Willem Sederel (GE Plastics) en Jean-Marc Abbing (Johnson&Johnson) betogen dat zowel GE Plastics als Johnson& Johnson al zeer bewust met de risico's van stoffen omgaan. Sterker: wat REACH beoogt, doen zij al. Dat is ook economisch verstandig. GE Plastics heeft het 'Ecomagination' programma gericht op het fundamenteel verbeteren van de milieu-impact van hun producten. Johnson&Johnson heeft een 'watch list' voor al gebruikte en nieuwe

¹ Jan Venselaar is deeltijd lector Duurzame Bedrijfsvoering op de Avans Hogeschool en zelfstandig adviseur bij 'Tertso, innovatieve trajecten voor milieu en duurzaamheid' 0575-548427, tertso.venselaar@planet.nl

stoffen in producten. Stoffen waar ‘bedenkingen’ bij zijn, worden niet of heel beperkt gebruikt. De vrees bestaat wel dat het extra werk voor registratie ten koste zal gaan van onderzoek gericht op vervanging van stoffen waar dat niet vereist is, maar dat de bedrijven zelf wel nodig achten.

Tijd voor substitutie

Ton Broekhuis, Universiteit Groningen) gaf aan dat zeker kleinere bedrijven kritisch naar hun stoffen moeten kijken. De samenstelling van producten is vaak ‘traditioneel’. Aanpassingen blijken soms relatief gemakkelijk en ook kosten te besparen. De snelheid waarmee substitutie kan plaatsvinden, wordt volgens hem overschat. In bestaande producten is heel veel tijd geïnvesteerd. In sectoren als de auto en vliegtuigindustrie, de voeding en farmacie zal een gewijzigde samenstelling niet zomaar geïntroduceerd kunnen worden. Het testen voor en door klanten en voor autorisatie vraagt veel tijd. Consumentenproducten hebben wel een korte levenscyclus en substitutie zou daar sneller kunnen.

Broekhuis benadrukte dat het uiteindelijk gaat om de toepassing van een product. Die is bepalend voor de samenstelling. Goede communicatie in de hele keten bij ontwikkeling is daarom essentieel om de meest kosteneffectieve oplossingen te vinden. Dat gebeurt in de praktijk nog maar beperkt.

Stimulans voor innovatie of niet

REACH heeft als doel het stimuleren van innovatie. Dat effect werd door zowel Sederel als Abbing betwijfeld. Zij voerden aan dat bedrijven een ‘eindig’ budget hebben voor onderzoek. Verwacht wordt dat de kosten voor de extra inspanningen moeten komen uit het bestaande onderzoeksbudget. Volgens dezelfde criticasters beperkt REACH in bepaalde gevallen zelfs de innovatiemogelijkheden. Er is twijfel of ‘betere’ stoffen wel makkelijk gevonden kunnen worden. Zo lijkt nanotechnologie een optie, denk aan de toepassing van de nanodeeltjes voor brandvertragers, maar is er vaak onduidelijkheid over de gezondheidseffecten. Ook kan REACH kan ertoe leiden dat onderzoek naar buiten de EU gaat. Voor het testen van nieuwe stoffen zijn soms grote volumes nodig. Voor GE Plastics gaat dat soms om 10 tot 50 ton. Dat vereist een REACH-registratie. Omdat een deel daarvan uiteindelijk de markt niet haalt, is dat weggegooid geld. Verplaatsen van onderzoek en testen is dan een optie. Of dat ook voor de productie geldt, is onduidelijk. Bij import is REACH van kracht. Daarnaast oriënteren de VS, Japan, China en India zich op REACH als eigen stoffenrichtlijn. De twee bedrijvenvertegenwoordigers benadrukten verder dat multinationale bedrijven ‘best practices’ wereldwijd aanhouden (Responsible Care!).

Voorlichtingscampagne

Jip Lenstra (Ministerie VROM) gaf aan dat handhaving een nationale zaak blijft. Verder richt de nationale overheid zich meer op voorlichting en bewustwording en op het stimuleren van een ‘slimme aanpak’ van EU-regelgeving. Von Meijenfeldt meldde in dit kader dat dit jaar een voorlichtingscampagne start. Die zou het beste via de brancheorganisaties lopen al zijn die nog niet allemaal even actief. Er ligt ook een taak bij de andere bedrijven in de keten: de leveranciers of de afnemers. De kennisinstellingen moeten het MKB op dit terrein meer ondersteunen.

Conclusies

Het symposium leerde dat gebruikers van stoffen en producten beter hun positie in de keten in kaart moeten brengen. Goed inzicht in welke stoffen waarom worden gebruikt is een andere belangrijke randvoorwaarde om met succes in te spelen op de kansen die REACH biedt. Zoeken naar vervangers is daarbij zeker de eerste stap. Maar een component met precies diezelfde functionaliteit, heeft misschien ook dezelfde ongewenste eigenschappen. Dat vraagt om fundamenteel kijken naar de samenstelling en de toepassingen, waarbij bijvoorbeeld moet worden gekeken of de functie van een product op geheel andere wijze bereikt kan worden. Men moet veel meer in ketens denken. Dat vraagt om meer directe samenwerken met gebruikers en openstaan voor fundamenteel andere richtingen voor oplossingen. Daardoor ontstaan ook nieuwe marktkansen. Wel geldt dat wil deze aanpak slagen over de gehele linie meer voorlichting een absolute vereiste is.

aparte kaders

Hoe reageren bedrijven?

Gebruikers, van de stoffen of van de producten waar die stoffen in zitten, onderschatten veelal de gevolgen van REACH voor hun eigen productie, zo blijkt uit contacten en projecten gericht op innovatie strategieën. Karakteristieke reacties zijn:

- afwachten: 'het zal zo'n vaart niet lopen';
- doorverwijzen naar de milieuafdelingen: 'die weten het', en niet naar de productontwikkeling;
- aannemen dat stoffen al op alle effecten getest zijn vanwege de toepassing (zoals cosmetica);
- aannemen dat componenten in het eindproduct volledig weg zijn of sterk geïmmobiliseerd;
- verwachten dat vervangende stoffen volledig op dezelfde manier inzetbaar zullen zijn;

Een enkeling heeft zelfs nog nooit van REACH gehoord. Slechts een kleine groep, zo lijkt het, heeft van REACH een essentiële randvoorwaarde of zelfs focus van nieuwe ontwikkelingen gemaakt.

Meer informatie over REACH staat op:

- <http://www.vrom.nl/pagina.html?id=22887#>
- http://ec.europa.eu/environment/chemicals/reach/reach_intro.htm
- <http://www.europarl.europa.eu>

De inleidingen van het symposium zijn te vinden op:

- <http://www.vvm.info>: 'sectie milieustrategie';
- <http://www.nederlandseprocestechnologen.nl>: 'symposia';
- <http://www.kiviniria.nl/npt>: 'verslagen'.

Een uitgebreid symposiumverslag is als pdf te downloaden van: www.tertso.nl

figuren

GE Plastics en REACH Programma

- **GE Plastics Europa afhankelijk van de REACH aanpak leveranciers**
 - ✓ een risico is het niet langer beschikbaar zijn van grondstoffen
 - ✓ herformulering producten, re-kwalificatie bij klanten
 - ✓ Automobiel en medische industrie: tijdrovend, kostbaar, discontinuïteit
- **Risico groep: UV stabilisatoren en niet gehalogeneerde vlamdovers**
 - ✓ gerelateerde product omzet in 2005 circa 1 B \$ wereldwijd
- **Toekomstige GE Plastics REACH programma stappen**
 - ✓ in kaart brengen van leverancier plannen
 - ✓ test plan, budgetering
 - ✓ organisatie, IT infra-structuur
 - ✓ mogelijke aanpassing R&D plannen





imagination at work

GE Plastics steunt REACH beginselen, werkbaarheid en blijvende beschikbaarheid van grondstoffen is een punt van zorg

fig 1. 'Zorg en acties GEPlastics', uit presentatie Willem Sederel

	<i>Slim voorbereiden en innoveren</i>
	➤ Waardeketen ✓ <i>kennen, begrijpen en communiceren</i> ✓ <i>ontwikkel IP/trade secrets strategie</i> ✓ <i>inventariseer mogelijke impact</i> ➤ Registreer, analyseer en begrijp wat u doet ✓ <i>massa balansen voor alle componenten</i> ✓ <i>hoe ze worden gebruikt</i> ✓ <i>waarom ze worden gebruikt (eigenschappen)</i> ➤ Ontwikkeling van vervangers ✓ <i>inventarisatie bedreigde stoffen</i> ✓ <i>R&D planning en budget allocatie</i> ✓ <i>maak gebruik van kennis-instituten (waar nodig)</i>
	<i>Institute for Technology & Management</i> 13

fig 2. 'Stapsgewijze actie door een bedrijf', uit presentatie Ton Broekhuis