

Cijfers en Trends scan

IKEA Balletjes

Op zich is het al opmerkelijk dat pas na 83 edities van deze column het onderwerp IKEA zich aandient. Het is een herkenbaar bedrijf met een leuke omzet en ze verkopen ook stationery, kantoorartikelen en kantoormeubilair. Toch zijn het niet de producten waarmee IKEA onlangs nog uitgebreid in het nieuws kwam. Nee, het waren de gehaktballetjes, die niet geheel uit rundvlees bestonden maar verdacht zijn van een minimale hoeveelheid paardenvlees.

Aangezien niet verwacht wordt dat in KBM een culinaire rubriek wordt gepubliceerd, moet er toch een andere reden zijn waarom het met Cijfers en Trends te maken heeft. De cijfers over de balletjes zijn niet openbaar (maar wij denken aan wel aan grote getallen) dus dat betekent dat de balletjes staan voor een trend. Nou die is er zeker in te ontdekken.

Consumenten eten steeds bewuster. Door onder meer internet en populaire tv- programma's zoals "Keuringsdienst van Waarde" worden fabrikanten, supermarkten en restaurants gedwongen hun producten beter dan wettelijk voorgeschreven te verantwoorden. Zo vermelden ze vaker waar het gerecht of product vandaan komt, de exacte samenstelling, de voedingswaarden en zelfs de milieubelasting.

Ook voor non-food producten neemt de vraag naar productinformatie toe. De trend wordt vaak Full Product Transparency genoemd. Aan de hand van life cycle assessment (LCA's) / Environmental Product Declarations (EPD's) wordt de gehele levensfase van een product van wieg tot graf in kaart gebracht.

Ook producenten en leveranciers van kantoorproducten zullen in de toekomst meer en meer worden geconfronteerd met mondige en kritische consumenten en zakelijke inkopers. Nu komen we nog weg met, made in China, gemaakt van % gerecycled materiaal, gecertificeerd en geproduceerd volgens ISO14001, eigen ontwikkelde labels en allerlei andere soorten ongecontroleerde claims, echter de ontwikkelingen gaan snel en voor je het weet wordt ook de eerste leverancier van een kantoorproduct openbaar aan de schandpaal genageld.

Voor zowel food als non-food producten blijft controle noodzakelijk. Eerst heeft IKEA de toeleveringsketen vereenvoudigd door het aantal vleesleveranciers te beperken, daarnaast worden controles bij de leverancier verscherpt met DNA-analyses in verschillende fases van de productie. Vanzelfsprekend zullen ook de verschillende landelijke voedsel- en warenautoriteiten controles blijven uitvoeren.

Voor kantoorproducten hebben wij inmiddels de taak opgevat om onderzoek te doen naar zowel de producten als mede claims van producenten en leveranciers. De conclusies worden ook op internet gepubliceerd en zijn openbaar. (www.offilabel.org Discutabele producten/leveranciers). U kunt daar natuurlijk ook uw eigen ervaringen voor onafhankelijk onderzoek aanmelden. Wij zijn benieuwd over er nog producten van IKEA bij zitten.