

Plastik



Garnier Bio

Garnier er rykket ind i bio-kategorien med **Garnier Bio**, og her slår genbrugsbølgen også ind over produkterne. Alle produkter er øko-certificerede efter Cosmos/Ecocert-standard, og alt kommer fra vedvarende kilder, der fornyes hvert år. Desuden anvender Garnier Bio så mange genbrugsmaterialer som muligt.



Tre kroner til eftertanke

Danskerne alene bruger cirka 460 millioner bærepåse af plastik om året, og alt for få bliver genbrugt. Derfor indfører **Helsam**, landets største helsekostkæde, nu poser af genbrugsplast, der koster tre kroner. Hidtil har poser i butikkerne været gratis, men de tre kroner skulle gerne få os til at tænke over, om vi nu virkelig har behov for posen, der er lavet af 80% genbrugsmateriale. Samtidig har Helsam indgået et foreløbigt treårigt samarbejde med miljøorganisationen Plastic Change, hvis arbejde med at reducere plastforbruget, Helsam støtter med 100.000 kroner.



Kom og få et kram

Urtekram har dyrket økologi og grøn livsstil siden 1972, og netop fordi miljøet betyder noget, skifter Urtekram nu til plantebaserede emballager. I løbet af 2019 vil mere end 85% af Urtekrams body care-sortiment komme i plantebaserede flasker og tuber, lavet af sukkerrør. Alt pap og papir, som Urtekram anvender, er i forvejen FSC-certificeret, og størstedelen af alle tryksager er ligeledes 100% bæredygtige.

Af Anne Absalonsen, journalist (DJ)

Det er lige så trist som det er sandt: plastik forsvinder ikke. 6.400.000 tons smides i havet hvert år, og i 2025 kan du gange det tal med tre, forudser eksperterne. I kampen mod plast og andet skrald går skønhedsindustrien i front og anvender bl.a. upcycledede indholdsstoffer, bio-emballager, refillere, koncentreter samt indfører klima-økonomisk transport og sub-zero waste-politik. Alligevel er dette nok den uhyggeligste artikel, du kommer til at læse i dag. Tør du? Tør du lade være?

Hvis din næste drømmeferie er en strandferie, er det muligt, du lige skal bruge de første par dage på at samle skrald og plast op, inden du kan slænge dig i solen og nyde bølgenes brus og de mange havfugle. Du kommer måske til at kigge lidt langt efter fuglene, for hvert år dør en million søfugle – af plast. Og bølgerne – ja, måske er de heller ikke helt så brusende blå, fordi nogle af de godt 15.000 stykker plast, vi HVER DAG dumper i havene, ikke synker til bunds, men flyder ovenpå som synlige plastskraldedøer. Du får lige den sidste, og så lover jeg, jeg stopper min gysertælling: Om bare seks år forudser eksperterne, at der vil være tre gange så meget plast i havene, og det mest uhyggelige er, at plast ikke forsvinder. Det kan nemlig tage alt fra 20-1.000 år for fx en plastikpose at opløses - ikke nedbrydes, for det bliver den ikke. Plastikposer opløses til mindre stykker, til polymerer og til giftige kemikalier. Og bliver plast spist, som det fx gør af to ud af tre fisk, og fisken så dør, ja så lever plasten bare videre.

Hold så op

Det er naturligvis ikke kun skønhedsindustrien, der bidrager til plast- og skraldehvelvedet med shampooflasker, vatpinde eller indpakningsfolie. Dagligvareindustrien leverer også tonsvis af fx vandflasker eller plastemballage fra fødevarer eller rengøringsmidler. Men der er i skønhedsindustrien et øget fokus på, hvad vi kan gøre bedre, alene af den grund, at vi bærer kosmetik og skønhedsprodukter helt inde på kroppen og ofte har stærke følelser forbundet med vores udseende og velvære.

På mange områder er skønhedsindustrien langt i front med at tage sit ansvar alvorligt, og en af pionererne inden for bæredygtighed og grønne produkter er Plan Organic i Rudkøbing på Langeland. Her arbejder Claus Jønsson udelukkende med brands, der kan defineres som grønne, bæredygtige og luksuøse, og det har han gjort uden at tøve de seneste ti år:

“Det optager os meget at se, hvordan vi behandler vores fælles planet: affald i verdenshavene, mikroplast, dyr der lider og dør af samme, blegning af koralrev. Ja, listen er lang, men vi vil gerne gøre vores for at bidrage til en sundere verden. Også selvom det er en lang og svær opgave på globalt hold, så kan vi alle gøre vores”, siger Claus Jønsson, der først og fremmest drives af den begejstring, han oplever ude hos forhandlerne. Med frontløber-brands som John Masters Or-

Varer evigt

ganic og The Organic Pharmacy samt håndholdt niche som Evolve Organic Beauty og Save Water While Using Me skaber Plan Organic også salgskanaler for mere aktivistiske brands:

“Eksempelvis er vores solserie-leverandører Coola og Soleil Toujours aktive i at fjerne og få forbudt ingredienser, der ødelægger og bleger vores koralrev. Det motiverer os at se, at forbrugerne deler vores syn på dette og nu aktivt søger reef friendly solprodukter. Det at være med helt fremme med de nye, positive, økologiske tiltag er i sig selv en drivkraft. Vi ved, det optager forbrugerne, og det vil vi gerne bakke op om. Og så vil vi gerne levere høj kvalitet, der skaber glæde og giver luksus i hverdagen. Meget af det, som driver os er, at der er kommet så mange lækre naturlige produkter på markedet, at det ikke er nødvendigt med miljøskadelige ingredienser. Det udsættes vi alle sammen for i rigelige mængder andre steder”, slutter Claus Jønsson.

Skønhed er noget særligt

Vi har allerede set LØS-marked på Nørrebro i København, der sælger dagligvarer uden indpakning, og i store dele af modeindustrien arbejder man også i en bæredygtig retning – også inden for emballage. Således er der lykkedes for det danske svanemærkede jeans-brand To-

Store skridt

Allerede ved udgangen af næste år har alle produkter fra L'Oréal gruppen en forbedret miljømæssig profil. Når man er så stor, som koncernen er, kan man sætte ind mange steder samtidigt, og tage de helt store skridt i retning af mindre plast og mere bæredygtige løsninger. Og det gør L'Oréal, både på corporate plan og inden for de enkelte brands. Således er den glaskrukke, der anvendes til Lancôme Absolue L'Extrait genopfyldelig, og dens vægt er blevet reduceret med 39%. Sammenlagt repræsenterer krukken og de to refills, der hører til, en emballagevægt-reduktion på 58% i forhold til at bruge tre konventionelle produkter. Og det kræver derved mindre transport og giver mindre CO₂-udledning. Meget innovativt på det miljømæssige område uden at gå på kompromis med kvalitet og selvforkælelse!

Også Matrix Biolage serien er helt fremme på genanvendelse og har siden 2015 været hældt på flasker af 100% bioplast, fremstillet af et sukkerrørsderivat, bio-PE.



Drøjt

Vi har haft dem med før men slår lige et slag igen for **I Love My Planet Concentrated Shampoo fra Yves Rocher**. Den lille sag på 100 ml rækker til lige så mange vaske som en stor shampoo på 300 ml, og flasken er naturligvis af genbrugsplast. Behøver vi nævne, at indholdet er 98% baseret på naturlige ingredienser?



Godt grums

I Århus cykler **Grums**-folkene rundt og henter øko-kaffe-grums fra caféerne, som de forarbejder til veganske, naturlige ansigts- og bodyscrubs. Kaffe har en lang række hudplejende ingredienser, og vi har tidligere set produkter med kaffebær, men nu er der altså genbrug af filterkaffebønnegrums.



Refill-fin

En ting er, at hovedingredienserne i **The Ritual of Namasté Radiance Anti-Aging Day Cream Glow fra Rituals** er hellig lotus og regenerende safranblomst, noget andet er, at cremen findes som refill, så der ikke skal bruges en ny krukke hver gang. Cremen giver fin glow, sund hud og god samvittighed på en gang.





Drik (stadig) vand

Det er stadig det bedste og billigste skønhedstip for huden at drikke masser af vand, men vi bliver nødt til at droppe plastflaskerne og købe genbrugsflasker som **Avedas Eco Water Bottle**. Vi har jo fremragende grundvand (så længe det varer), og så støtter du også non-profit organisationen *charity: water*, der sørger for rent vand til mennesker i nød i bl.a. Indien, Nepal, Madagaskar og Etiopien. Dette initiativ er Avedas opdatering af Earth Month, som de har afviklet siden 1999, og det løb hele april. Flasken koster kr. 280 - kr. 100 går direkte til *charity: water*.



Solid og vandfri Stop The Water While Using Me

markerede sig for et par år siden med sit stærke budskab på flaskerne, nu følger de deres manifest helt til dørs og lancerer tre solid bars. En til ansigt og krop, en shampoo og

en conditioner, der alle sammen er lavet af 100% naturlige ingredienser og helt uden vand, det tilsætter man nemlig selv ved brug. De sæbefri barer er emballeret i nedbrydeligt genbrugspapir, og der er bestemt heller ikke gået på kompromis med aktive planteingredienser i form af bl.a. naturlig bergamotolie, broccolifrøolie og kokosolie. Alt er vegansk og håndlavet.



Farvel til indlægssedler

Uden de store armbevægelser eller kampagner har A-Derma taget et initiativ, mange andre kunne lære noget af. De har vinket farvel til indlægssedlerne og printet informationerne på indersiden af emballagen af **A-Derma Protect og Exomega Control** i stedet for. Samtidig har A-Derma skiftet lågene ud, så de kun bruger 42% materiale i forhold til konventionelle låg.

De unge er de mest bevidste

Jo yngre man er, jo vigtigere er bæredygtigheden, viser en undersøgelse fra Retail Institute Scandinavia. Mens det for 74% af danskerne er vigtigt, at produkter og butikker har en bæredygtig profil, gælder det for hele 83% af Generation Z (født mellem 1990-2001). Mens bæredygtighed tidligere mest interesserede kvinder, er mænd og kvinder i dag mere ligestillede, også på dette område. I 2017 ville 50% af danskerne betale mere for etisk korrekte varer, mens tallet i 2019 er steget med hele 2% på blot 2 år. Her er det Generation Y, der er tungen på vægtskålen: 60% af Generation Y vil betale mere, hvis en vare er produceret etisk korrekt.

morrow at skabe en fuldt nedbrydelig plastikpose af den type, jeans bliver leveret i fra fabrikken. Plastikposer er ikke kun de bæreposer, vi køber 150 af per person om året, plastikposer bruges overalt som beskyttelse af fabriksnye produkter som tøj, hvidevarer, møbler og utroligt mange andre af de ting, vi omgiver os med i hverdagen. Og her er i høj grad brug for et alternativ som paptic. Paptic er ikke en stavefejl, men en ny ikke-plast, udviklet af en finsk startup, der kan alt det gode, plastik kan, men også kan nedbrydes. Det er lavet af genbrugsmaterialer og er 80% nedbrydeligt lige nu, men forventes at være 100% nedbrydeligt om få år.

Sammenligner vi kosmetik med søsterindustrien mode, er der nogle væsentlige forskelle. I moden taler man meget om cirkulær økonomi, om genbrug og om, at tøjet skal leve længere end bare en sæson. Men en shampoo er jo brugt op, når der ikke er mere i flasken, uanset hvor holdbar og drøj den er. Og der er hygiejniske grunde til ikke at dele cremer eller lotions, som man fx deler tøj i fællesskaber som Kalo København, hvor man hver måned modtager tre stykker tøj, som man så sender videre næste måned. Ligeledes er det, også af hygiejniske grunde, sværere at overbevise forbrugerne om, at de selv skal have en krukke eller flaske med, næste gang de køber en serum, pudder eller conditioner.

Til gengæld kan både shampoo, parfume eller bodywash sælges som koncentrat, der nedsætter emballagemængden, men ikke hverken kvalitet, holdbarhed eller luksus-oplevelse. Senest har Givaudan, en af verdens største leverandører af råstoffer til parfumeindustrien, fundet frem til en såkaldt *precursor*, et molekyle, der kan aktiveres ved hjælp af fx vand eller varme. Molekylets evner giver bl.a. parfumer en længere holdbarhed, hvilket igen betyder, at der skal anvendes mindre råstof.

Men der er også andre i den franske parfume-verden, der prøver på at gøre parfumekunst mere bæredygtig. État Libre d'Orange, hvis grundlægger Etienne De Swardt du kunne læse et interview med i sidste nummer af Kosmetik, har med I Am Trash-duften bevidst anvendt genbrugs-råstoffer i duften. Æbler, roser og cedertræ er blevet upcyclet til parfumeessens, ting, der ellers ville blive sendt direkte i affaldsbunken. Dermed viser det lille nichehus vejen frem – ikke kun for nichedufte, men bestemt også for mere konservative parfumehuse.

(Kilde: Organisationen Ocean Crusaders) ■

