



# Goodies

Waarom het  
belangrijk is



De jaarlijkse wereldwijde winning van grondstoffen is tussen 1970-2017 verdrievoudigd (van 27 naar 92 miljard ton<sup>1</sup>) De productie van 'goodies of give-aways' draagt bij tot de entropie die ontstaat door de massale exploitatie van de hulpbronnen van de natuur of de biosfeer.

Deze give-aways en andere kleine massaproducten komen vooral uit Aziatische landen waar de milieu- en sociale normen vaak minder geavanceerd zijn dan in Europa.

Naast de CO<sup>2</sup>-emissies die door hun vervoer worden gegenereerd, zijn ook de werkomstandigheden vaak betreurenswaardig of zelfs ronduit afschuwelijk (onrechtvaardige omstandigheden, werkkampen<sup>2</sup>, enz.).



## Het antwoord van de eventsector

- Na de financiële crisis (2008) en daarna de economische crisis (zwakke groei, 2009 - ...) wordt soberheid makkelijker aanvaard en wordt er bij evenementen steeds minder gebruik gemaakt van give-aways, vanwege de bewustwording van de belangen die verbonden zijn aan duurzame ontwikkeling en/of toegenomen digitaliseringsstrategieën en dus een vorm van 'dematerialisatie' van de eventervaring.
- Tal van leveranciers bieden zogenaamde 'duurzame' en/of 'verantwoorde' werkwijzen aan op basis van de ISO 14.001-norm. In het beste geval zorgen ze ervoor dat ze van de werknemers de documenten over de naleving van de normen in handen krijgen en verminderen ze de milieueffecten. Soms beperken ze zich gewoon tot het compenseren van de externaliteiten die tijdens de productie en de levering van de give-aways worden geproduceerd. Hoe dan ook worden alle externaliteiten (voor mens en milieu) slechts heel zelden echt geïntegreerd in de kostprijs.
- Sommige give-aways komen rechtstreeks uit de voorraad van de klanten/adverteerders en het beheer van de bestelling-productie-levering is niet langer de verantwoordelijkheid van het bureau. Dat maakt het beheer van de sociale- en milieu-impact van deze gadgets nog complexer.

## INSPIRATIE

- Lokale ambachtslieden die actief zijn<sup>3</sup> in de circulaire economie bieden geüpcyclede en recycleerbare artikelen aan, waardoor ze de in België beschikbare hulpbronnen kunnen hergebruiken, zonder dat er nieuwe ontgonnen moeten worden.
- De actoren van de fairtrade bieden steeds meer producten aan die de menselijke en ecologische impact verenigen door middel van een circulair aanbod<sup>4</sup>, waarbij hulpbronnen (voornamelijk uit Europa) worden hergebruikt om ze een nieuw leven te geven.
- L'Ouvroir<sup>5</sup> recupereert promotionele dekzeilen en/of dekzeilen die gebruikt worden om historische gebouwen te beschermen, en transformeert ze in accessoires die de waarde van de partnermerken en -locaties verhogen.
- Er bestaan nog andere meer duurzame en lokale goodies (bv. Design Point-tassen, Permafungi-kits, kruiden, manden met lokale producten, potloden met aromatische zaden, ...).
- De dematerialisatie van goodies kan ook een alternatief bieden voor de gadgets die tijdens evenementen worden aangeboden, door ze om te zetten in 'giften'<sup>6</sup> voor goede doelen die door de adverteerder worden gesteund. Het gemaakte gebaar of de aangeboden diensten in het kader van de economie van de functionaliteit<sup>7</sup> wordt/worden daarbij opgewaardeerd door de vereniging van middelen en voorwerpen.
- Een multinational heeft besloten om de schenking te organiseren van 'cadeautjes' die werden ingezameld door 600 gezinnen die deelnamen aan een Sinterklaasevenement, om zo de bewustwording te bevorderen. Het speelgoed wordt verzameld via een organisatie<sup>8</sup>, die gespecialiseerd is in circulaire economie op het vlak van speelgoed voor minder begunstigde gezinnen.
- Ook de omzetting van afvalbronnen van evenementen<sup>9</sup> (festivals of andere grootschalige evenementen) in bruikbare voorwerpen kan voor bepaalde evenementen een alternatief zijn, waarbij een band wordt gecreëerd tussen de deelnemer-afvalproducent, zijn afval en de omzetting van dit afval in nieuwe voorwerpen.
- Er worden ook inspanningen geleverd door verschillende leveranciers zoals BEWEAR om schadelijke oververpakkingen (kunststoffen) te verminderen.



# Goodies

Concrete  
oplossingen

## 1. PREVENTIE

Goodies weigeren.

Bepaalde soorten give-aways die niet voldoen aan de milieu- en sociale normen, weigeren.

Uw klanten bewustmaken.

Uw leveranciers bewustmaken (en criteria opleggen).

De deelnemers bewustmaken.

Acties voorstellen voor de dematerialisatie van goodies.

De hoeveelheden geproduceerde voorwerpen verminderen, meer bepaald door de voorziene no-show te integreren.

De materialen verminderen die gebruikt worden om goodies te produceren.

## 2. HERGEBRUIK

Bestaande bedrijfsgoodies hergebruiken en de productie van nieuwe voorwerpen tot een minimum beperken.

De schenking van 'slapende' voorraden aan verenigingen die actief zijn op het vlak van hergebruik, stimuleren.

De schenking (of het wederzijds delen) van voorwerpen tussen deelnemers stimuleren.

Promotie- of bewegwijzeringsartikelen (van een vorig evenement) herwerken tot geüpcyclede goodies

## 3. RECYCLAGE

De voorkeur geven aan leveranciers met een Cradle-to-Cradle-aanpak en leveranciers die gerecycleerde en recycleerbare accessoires aanbieden.

De afvalbronnen van de adverteerder en/of (voorgaande) evenementen recycleren tot nuttige voorwerpen.

## 4. COMPOSTERING

Als de voorwerpen composteerbaar zijn, erover waken dat ze naar het juiste kanaal worden geleid (zo lokaal mogelijk).

## 5. VERBRANDING EN STORTEN

Ervoor zorgen dat de voorwerpen goed gesorteerd worden om zo weinig mogelijk overlast te veroorzaken en idealiter energie te recupereren.

## 1. PREVENTIE

### GOODIES WEIGEREN

- De afwezigheid van goodies in aanbiedingen en vergaderingen met klanten stimuleren door hen te vragen om te investeren in activiteiten, vaardigheden (uitdenken, coördinatie, enz.) en lokale productie (voeding, enz.) met een hoge toegevoegde waarde om het evenement tot een succes te maken.

### BEPAAALDE SOORTEN GIVE-AWAYS DIE NIET VOLDOEN AAN DE MILIEU- EN SOCIALE NORMEN, WEIGEREN

- Als de klant absoluut een give-away wil geven aan de deelnemers van het evenement, moet – om de waarden van het bureau te respecteren – rekening worden gehouden met bepaalde cruciale duurzaamheidscriteria om zo de negatieve gevolgen voor mens en milieu zo veel mogelijk te beperken.
- De volgende criteria helpen de ergste externaliteiten te vermijden:
  - Labels en certificaten met betrekking tot de werkomstandigheden (met name ter voorkoming van kinderarbeid), met inbegrip van WFTO<sup>10</sup>, Fairtrade<sup>11</sup> en EcoCert<sup>12</sup>.
  - De voorwerpen moeten herstelbaar EN recycleerbaar zijn. Door contact op te nemen met de federatie GO4Circle<sup>13</sup> kunt u bevestiging krijgen of de voorwerpen al dan niet recycleerbaar zijn.
  - De samenstelling van de materialen is niet giftig en indien mogelijk zo ecologisch en zelfs biologisch mogelijk.

### UW KLANTEN BEWUSTMAKEN

- De bewustmaking van klanten van de maatschappelijke problematiek wordt met name vergemakkelijkt door de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen, die de belangrijkste te realiseren maatschappelijke prioriteiten bepalen en waarin vele bedrijven beslissen te investeren om hun maatschappelijke verantwoordelijkheid te vergroten.
- Ook een overweging van de milieu- en sociale gevolgen van de productie van goodies en de gevolgen aan het einde van hun levenscyclus kan de klanten helpen om zich bewust te worden van de uitdagingen.

### UW LEVERANCIERS BEWUSTMAKEN EN CRITERIA OPLEGGEN

- De criteria uit punt 1.2 kunnen worden gebruikt als basis voor de uitwerking van het goodie-aanbod dat wordt voorgesteld aan klanten die absoluut voorwerpen willen aanbieden aan de genodigden op hun evenementen.
- De Ladder van Lansink kan leveranciers helpen om zich bewust te worden van de mogelijkheden om circulaire economie toe te passen in hun vakgebied, maar ook in hun contacten met hun eigen leveranciers.
- De lijst van (lokale) partners die actief zijn in de circulaire economie<sup>14</sup> (fair trade en circulaire economie, upcycling, herfabricage, enz.)

## DE DEELNEMERS BEWUSTMAKEN

- De bewustmaking van de deelnemers betreft vooral de ludieke manier waarop de klant uitlegt waarom hij:
  - ofwel weigert om goodies aan te bieden (een bijzonder zinvolle benadering voor terugkerende evenementen waar deelnemers in het verleden steevast give-aways kregen);
  - ofwel goodies aanbiedt die de duurzaamheidscriteria respecteren (zie punt 1.2.) om zo de keuzes van het merk op te waarderen.
- Het is ook mogelijk om op verzoek give-aways aan te bieden. Bijvoorbeeld door de deelnemers te verzoeken om bij aankomst op het evenement naar een goodie te vragen (met een selectievakje op het inschrijvingsformulier).

## ACTIES VOORSTELLEN VOOR DE DEMATERIALISATIE VAN GOODIES

- De dematerialisatiebenadering van goodies, door een alternatief aan te bieden in de vorm van schenkingen aan een of meerdere verenigingen of (de ontdekking van) diensten in het kader van de economie van de functionaliteit, kan worden voorgesteld als een alternatief voor klanten die absoluut een 'geste' willen doen.

## DE HOEVEELHEDEN GEPRODUCEERDE VOORWERPEN VERMINDEREN, MEER BEPAALD DOOR DE VOORZIENE NO-SHOW TE INTEGREREN

- Indien de adverteerder absoluut producten wil uitdelen, kan bij de aanpassing van de geproduceerde en verdeelde hoeveelheden rekening worden gehouden met het gebruikelijke aantal deelnemers aan eerdere evenementen, en vooral met de 'no-show' (van minimaal 10%) ten opzichte van het aantal ingeschreven personen.

## DE MATERIALEN VERMINDEREN DIE GEBRUIKT WORDEN OM GOODIES TE PRODUCEREN

- Het bestellen van voorwerpen (meer bepaald op maat gemaakte producten) maakt het mogelijk om verschillende vormen, materialen, input (vernissen, kleuren, enz.) te overwegen die kunnen worden geminimaliseerd in overeenstemming met de technische mogelijkheden van de leveranciers.

## 2. HERGEBRUIK

### BESTAANDE BEDRIJFSGOODIES HERGEBRUIKEN EN DE PRODUCTIE VAN NIEUWE VOORWERPEN TOT EEN MINIMUM BEPERKEN

- Adverteerders hebben soms een bestaande voorraad goodies die ze willen uitdelen. In dit geval is het nuttig om uw klanten aan te moedigen om alternatieven voor goodies voor in de toekomst te ontdekken (zie 1.1 tot 1.6).
- Het is bovendien beter om geen brandingelementen te integreren op de geproduceerde goodies waardoor deze heel snel verouderd raken (logo, datum of locatie van het evenement bijvoorbeeld). Op die manier zijn ze gemakkelijker herbruikbaar.

### DE SCHENKING VAN 'SLAPENDE' VOORRADEN AAN VERENIGINGEN DIE ACTIEF ZIJN OP HET VLAK VAN HERGEBRUIK, STIMULEREN

- Na de bewustmakingsacties (zie Oplossing 1.3.) kunnen uw klanten beslissen om goodies te schrappen. In dat geval kan het interessant zijn om de resterende goodies aan te bieden aan spelers uit de sociale en solidaire economie die actief zijn op het vlak van hergebruik, zoals de leden van RESSOURCES.
- Gebruikmaken van een dergelijk platform maakt het ook mogelijk om de voorwaarden van de schenking te bepalen, waaronder de eventuele verwijdering van het merklogo (of andere vluchtige opschriften).

### DE SCHENKING (OF HET WEDERZIJDIG DELEN) VAN VOORWERPEN TUSSEN DEELNEMERS STIMULEREN

- Klanten die openstaan voor alternatieve benaderingen, kunnen geïnteresseerd zijn in de aanpak die deelnemers uitnodigt om:
  - ofwel voorwerpen onderling uit te wisselen (bv. tijdens interne bedrijfsincentives);
  - ofwel een schenking te doen aan een vereniging, bijvoorbeeld tijdens een Sinterklaasactie door ongebruikt speelgoed te schenken.

### PROMOTIE- OF BEWEGWIJZERINGSARTIKELLEN (VAN EEN VORIG EVENEMENT) HERWERKEN TOT GEÛPCYCLEDE GOODIES

- De transformatie van oude goodies en/of afval (dekzeilen, enz.) in geÛpcyclede goodies kan worden verwezenlijkt door lokale actoren die actief zijn in de circulaire economie, aan te moedigen.

## 3. RECYCLAGE

### DE VOORKEUR GEVEN AAN LEVERANCIERS MET EEN CRADLE-TO-CRADLE-AANPAK EN LEVERANCIERS DIE GERECYCLEERDE EN RECYCLEERBARE GOODIES AANBIEDEN

- Het gebruik van gerecycleerde en recycleerbare materialen moet worden bevorderd voor de productie van nieuwe goodies, met name om de impact op de winning en de verwerking van nieuwe hulpbronnen te beperken.
- Deze aanpak wordt idealiter uitgevoerd volgens een 'Cradle-to-Cradle'-benadering (al dan niet gelabeld)<sup>15</sup>, waarbij de partner-dienstverlener verantwoordelijk is voor de recuperatie van de (niet-uitgedeelde) goodies en verzekert dat deze zo doeltreffend mogelijk worden hergebruikt en vervolgens gerecycleerd.

### DE AFVALBRONNEN VAN DE ADVERTEERDER EN/OF (VOORGAANDE) EVENEMENTEN RECYCLEREN TOT NUTTIGE, FUNCTIONELE OF DECORATIEVE VOORWERPEN

- Het is mogelijk om afvalbronnen te recyclen tot recyclaten<sup>16</sup> (de kunststoffen PET-PP-PEHT) om 'kleine' voorwerpen te produceren, waaronder goodies, via de injectietechniek van de geproduceerde kunststof.

## 4. COMPOSTERING

ALS DE VOORWERPEN COMPOSTEERBAAR ZIJN, EROVER WAKEN DAT ZE NAAR HET JUISTE KANAAL WORDEN GELEID (ZO LOKAAL MOGELIJK)

- Sommige goodies die volledig uit plantaardig materiaal (bv. maïs) zijn gemaakt, kunnen met toestemming van de beheerder van het terrein en dankzij zijn personeel opnieuw geïntegreerd worden in de biotoop in de buurt van het evenement.
- Indien (lokale) composteringsooplossingen niet mogelijk zijn, is er als laatste redmiddel de 'oranje' zakken. Deze zullen de biomethanisering van organische hulpbronnen mogelijk maken. Zorg ervoor dat er na afloop van het evenement voldoende vuilbakken voor organisch afval (de oranje zakken in Brussel) beschikbaar zijn en dat deze door de bevoegde instantie worden opgehaald.

## 5. VERBRANDING EN STORTEN

ALS DE VOORWERPEN COMPOSTEERBAAR ZIJN, EROVER WAKEN DAT ZE NAAR HET JUISTE KANAAL WORDEN GELEID (ZO LOKAAL MOGELIJK)

- Als u, ondanks al uw inspanningen, niet anders kunt dan goodies te produceren en te verdelen en de resterende voorraad goodies die 'niet-herbruikbaar of niet-recycleerbaar' zijn, moet weggooien, gebruik dan witte zakken en containers voor 'allerhande' afval.





## Goodies

Partners en leveranciers

circular event toolkit

- De ambachtslieden van de Cluster CircleMade <sup>17</sup> en/of sociale werkplaatsen <sup>18</sup>
- GO4Circle
- MCA-RECYCLING
- Bel Albatros <sup>19</sup>
- LOOOPS (voor speelgoed)<sup>20</sup>
- RESSOURCES<sup>21</sup>
- Ngo's of spelers uit de economie van de functionaliteit <sup>22</sup>



## Goodies

Extra middelen

circular event toolkit

Extra middelen zijn beschikbaar op de website van het project: [www.circular-event.eu](http://www.circular-event.eu)



# Goodies

## Checklist

### Mijn checklist - VOOR HET EVENEMENT

- Ik heb met de klant overlegd om er zeker van te zijn dat hij goodies wil aanbieden aan de deelnemers.
- Ik bood de klant gerecycleerde, ecologische of recycleerbare goodies aan.
- Ik heb gecontroleerd of de aangeboden goodies vervaardigd zijn met inachtneming van de striktste sociale- en milieuregels (labels).
- Ik heb een formulierelement geïntegreerd in mijn uitnodigingssysteem dat de deelnemers de mogelijkheid biedt om af te zien van de ontvangst van goodies.
- Ik heb gecontroleerd of mijn goodies geen vermeldingen bevatten die hen na het evenement verouderd maken.

### Mijn checklist - TIJDENS HET EVENEMENT

- Ik waak erover dat de goodies zo worden verdeeld dat er geen verspilling is.

### Mijn checklist - NA HET EVENEMENT

- Ik zorg ervoor dat de resterende goodies zorgvuldig worden bewaard voor hergebruik..



---

<sup>1</sup> Note Cédric Chevalier, 2019, L'économie circulaire : levier de la RBC pour respecter ses limites bio-capacitaires & climatiques

<sup>2</sup> <https://info.arte.tv/fr/pratiquement-tous-les-produits-chinois-bon-marche-proviennent-dun-camp-de-travail>

<sup>3</sup> Bijvoorbeeld leden van de Cluster CircleMade, van Ressources of spelers die actief zijn in het Recy-K-ecosysteem

<sup>4</sup> <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/2018/10/12/artisanats-en-transition-experimenter-de-nouvelles-formes-de-partenariats/#.XfJkxG5FxmS>

<sup>5</sup> <http://www.l-ouvroir.be/services#fourth>

<sup>6</sup> <https://www.oxfamsol.be/nl/een-oxfam-geit-als-kerstcadeau>

<sup>7</sup> <https://www.fr.usitoo.be/nl/>

<sup>8</sup> <https://loops.be/>

<sup>9</sup> <https://www.agoria.be/nl/IMA-bouwt-grootste-3D-printer-ter-wereld>

<sup>10</sup> <https://wfto.com/>

<sup>11</sup> <https://www.fairtradebelgium.be/>

<sup>12</sup> <https://www.ecocert.com/>

<sup>13</sup> <https://go4circle.be/>

<sup>14</sup> Zoals de leden van de Cluster CircleMade, van Ressources, van sociale werkplaatsen (L'Ouvroir, la Ferme Nos Pilifs, enz.) of spelers die actief zijn in het Recy-K-ecosysteem, importeurs van fairtradeproducten zoals Oxfam-Wereldwinkels.

<sup>15</sup> <https://www.ecoconso.be/fr/content/cradle-cradle-materiaux>

<sup>16</sup> Materiaal afkomstig van recyclage, vaak in de vorm van granulaten

<sup>17</sup> <https://hub.brussels/fr/events/circlemadeontour/>

<sup>18</sup> <https://febrap.be/>

<sup>19</sup> <http://belalbatros.com/>

<sup>20</sup> <https://loops.be/>

<sup>21</sup> <https://www.res-sources.be/>

<sup>22</sup> Usitoo.be , cycad.be, oxfamsol.be