

Communicatiebureaus en FSC Chain of Custody certificering

Steeds vaker komen communicatiebureau's in aanraking met het FSC-label voor papierproducten uit verantwoord bosbeheer. Een toenemend aantal klanten wil immers voor hun drukwerk een verantwoorde en milieuvriendelijke keuze maken. Maar ook nemen meer en meer communicatiebureau's zelf reeds stappen om meer milieuvriendelijk drukwerk aan hun klanten te kunnen aanbieden.

Verantwoord papiergebruik

Het FSC-label kan zeker een troef zijn op vlak van verantwoord papiergebruik. Het FSC label garandeert immers een verantwoorde herkomst, uit duurzaam beheerde bossen. Daar houdt het echter niet bij op: het FSC-systeem geeft ook aandacht aan hergebruik, of met andere woorden het gebruik van recyclagevezels.

- Vele FSC-gelabelde papierproducten (met het 'FSC Mixed label') op de Belgische markt bestaan uit een combinatie 'verse' vezels afkomstig uit een FSC-gecertificeerd bos en gerecycleerde papiervezels. Let wel: er bestaan ook FSC-gelabelde producten met een 'FSC mixed label', waar geen recyclagevezels in verwerkt zijn.
- Ook bestaat er een 'FSC recycled' label voor producten die volledig uit recyclagevezels gemaakt zijn (met minstens 85% postconsumer content).
- Papierproducten met een 'FSC 100%' label bestaan wel, maar komen slechts sporadisch voor.

Controle doorheen de handelsketen

FSC-producten hebben vaak een lange weg afgelegd vooralleer ze als gelabeld product bij de eindklant toekomen. Belangrijk is dat langsheen deze weg, doorheen de handelsketen, ook een controle uitgevoerd wordt om de traceerbaarheid en garanties te behouden. Dit gebeurt via FSC Chain of Custody (COC) certificering.

Alle bedrijven die FSC-producten aankopen, al dan niet verwerken en ze als FSC-gelabeld product met de nodige garanties aan hun klant willen verkopen, hebben een bedrijfseigen FSC Chain of Custody certificaat nodig.

Certificering ook noodzakelijk voor communicatiebureau's?

Gezien hun plaats in de keten en hun manier van werken hebben communicatiebureau's niet steeds een FSC Chain of Custody certificaat nodig. Het hangt een beetje af van de exacte situatie, de manier van werken en de 'interne' wenselijkheid.

Doorgaans fungeren communicatiebureau's als tussenschakel tussen een (eind)klant en een drukkerij. Om tot FSC-gelabeld drukwerk te komen, zijn er verschillende opties mogelijk, waarbij afhankelijk van het geval het communicatiebureau wel of niet gecertificeerd is.

Merk op dat wanneer het communicatiebureau zelf over drukfaciliteiten beschikt, al dan niet binnen een grotere groep, dat certificering steeds aangewezen is. Hierbij bestaan dan steeds flexibele oplossingen zoals bijvoorbeeld een multisite-certificering.

Optie 1: Niet-gecertificeerd communicatiebureau werkt met FSC COC gecertificeerde drukker in opdracht

De drukker, die in opdracht van het communicatiebureau werkt, heeft een bedrijfseigen FSC COC certificaat. Dit stelt de drukker in staat om drukwerk af te leveren met het FSC label, waarbij zijn bedrijfseigen FSC COC code in het aangebrachte label wordt opgenomen.

Voordeel:

- De klant zal een 'fysiek' FSC-label in zijn drukwerk aantreffen
- Het communicatiebureau zelf heeft geen FSC COC certificaat nodig.
- En dus geen kosten voor certificering voor het communicatiebureau

Nadeel:

- Het FSC-label op het drukwerk verwijst via de certificaatcode naar de drukker van dienst. Mits opzoekwerk weet de (eind)klant dus waar het drukwerk gemaakt is. Soms blijkt dit een 'probleem', soms niet.
- In de lay-out fase is het de verantwoordelijkheid van de drukker dat het FSC-logo correct wordt aangebracht (in functie van het gebruikte papier).
- Het communicatiebureau kan zelf niet formeel de garantie geven dat het om FSC-gelabeld drukwerk gaat. Met andere woorden: het communicatiebureau mag nergens op zijn verkoopdocumenten een verwijzing maken naar FSC.
- Het communicatiebureau kan zichzelf moeilijker profileren als 'FSC gecertificeerde dienstverlener'.

Optie 2: FSC COC gecertificeerd communicatiebureau werkt met FSC COC gecertificeerde drukker in opdracht

De drukker, die in opdracht van het communicatiebureau werkt, heeft een bedrijfseigen FSC COC certificaat. Dit stelt de drukker in staat om drukwerk af te leveren met het FSC label, waarbij zijn bedrijfseigen FSC COC code in het aangebrachte label wordt opgenomen. Echter, aangezien in dit geval ook het communicatiebureau over een FSC COC certificaat beschikt, kan het fysieke label in het drukwerk ook van hun bedrijfseigen FSC COC code voorzien worden.

Voordeel:

- Als FSC COC gecertificeerd communicatiebureau kan men zich beter profileren als 'FSC gecertificeerde dienstverlener', en op eenvoudige wijze zelf gebruik maken van de FSC trademarks in de eigen communicatie en promotiekanalen.
- De klant zal een 'fysiek' FSC-label in zijn drukwerk aantreffen, waarbij dit zelfs de eigen code van het communicatiebureau kan zijn.
- Het aanbrengen van het FSC-logo in de lay-outfase kan eenvoudiger verlopen, daar het communicatiebureau zelf het juiste FSC-logo kan aanbrengen (in functie van het gebruikte papier).
- Hierbij is het dus mogelijk om ten opzichte van de (eind)klant geen verwijzing te maken naar de uitvoerende drukker.
- Het communicatiebureau kan de FSC-garantie ook op de eigen verkoopdocumenten opnemen.

Nadeel:

- Kostprijs van de eigen certificering

Optie 3: FSC COC gecertificeerd communicatiebureau werkt met niet-gecertificeerde drukker in opdracht

De drukker, die in opdracht van het communicatiebureau werkt, heeft geen FSC COC certificaat. Het gecertificeerde communicatiebureau kan in welbepaalde omstandigheden de verantwoordelijkheid voor het correct verloop op zich nemen. Dit stelt de drukker in staat om drukwerk af te leveren met het FSC label, met de certificaatcode van het communicatiebureau. Essentieel is dat het communicatiebureau zelf de aankoop van het FSC-papier doet, de transactie naar de drukkerij coördineert en kan instaan voor het correcte verloop bij de drukker.

Voordeel:

- Als FSC COC gecertificeerd communicatiebureau kan men zich beter profileren als 'FSC gecertificeerde dienstverlener', en op eenvoudige wijze zelf gebruik maken van de FSC trademarks in de eigen communicatie en promotiekanalen.
- Als gecertificeerd communicatiebureau kan u (mits uitbreiding van uw verantwoordelijkheden via een out-sourcingsbeleid en goede opvolging) toch werken met een niet-gecertificeerde drukkerij

Nadeel:

- Kostprijs van de eigen certificering, dewelke mogelijks hoger wordt aangezien controle bij de drukkerij (door het certificeringsorganisme) ook een vereiste kan worden
- Indien u normaal niet zelf verantwoordelijk bent voor de aankoop van het papier, bent u dit in dit geval wel.