

# Vergelijking ATTITUDE® vs. ANDERE “ECO” MERKEN

	ATTITUDE®	“GROENE” CONCURRENT	
Erkend eco-certificaat	☺	☹	Alle ATTITUDE- producten zijn gecertificeerd door EcoLogo
Producten zijn CO2-neutraal	☺	☹	Het volledige ATTITUDE- gamma is CO2-neutraal. We reduceren zoveel we kunnen, en compenseren overblijvende emissies door bomen te planten.
Producten bevatten geen potentieel schadelijke derivaten	☺	☹	Ge-ethoxyleerde alcohol (Sodium Laureth Sulfaat, PEG's) worden doorgaans gebruikt als bio-afbreekbare oppervlakte-actieve stof in schoonmaakproducten, afwasmiddel en wasmiddelen. Die componenten bevat vaak sporen van zowel ethyleen-oxide als van het kankerverwekkende 1,4-dioxaan. ATTITUDE bant deze elementen expliciet uit alle producten.
Producten bevatten geen kunstmatige geurstoffen	☺	☹	Bij ATTITUDE- worden enkel geurstoffen van natuurlijke origine, en zonder allergenen gebruikt. Parfums bij ATTITUDE- zijn zonder CMR (Kankerverwekkende, Mutagene or Reproductieve Toxines) en volgen de normen IFRA (International Fragrance Association). 95% van alle chemicaliën in kunstmatige reukstoffen zijn synthetische samenstellingen die zijn afgeleid van petroleum. Die producten zijn beruchte veroorzakers van astma en andere ademhalingsziekten
Producten zijn bio-afbreekbaar volgens de OESO-normen	☺	☺	Bio-afbreekbaarheid alleen houdt geen rekening met de impact op gezondheid of met eco-toxiciteit. ATTITUDE producten zijn minimaal 95% bio-afbreekbaar
Veganistisch product	☺	☹	Veganistische producten gebruiken geen dierlijke afgeleiden in hun samenstelling. ATTITUDE doet zelf geen dierproeven en eist hetzelfde van haar toeleveranciers. ATTITUDE producten zijn “cruelty free”

De **BOTTOM LINE**: een erkende eco-waarborg is cruciaal voor ecologische schoonmaakmiddelen, net als de certificaties in de voedingsindustrie. Alleen zo kunnen consumenten zeker zijn dat ze niet misleid worden. De opvallende en geavanceerde verpakking van **ATTITUDE** geeft een indicatie van de hoge kwaliteit van de ingrediënten binnenin. Daarenboven zal niemand onbewogen blijven bij het merk of de positieve boodschap die wordt uitgedragen.

<sup>1</sup> Voor meer informatie (Frans of Engels), zie, <http://www.environmentalchoice.com/>

<sup>2</sup> Bron: THE LUNG ASSOCIATION [http://www.lung.ca/protect-protegez/pollution-pollution/indoor-interieur/scents-parfums\\_e.php](http://www.lung.ca/protect-protegez/pollution-pollution/indoor-interieur/scents-parfums_e.php)