

## **Seepje stapt de zeepkist op met campagne 'Doe niet zo fossiel'**

*Landelijke bewustmakingscampagne over het gebruik van fossiele grondstoffen in reguliere was- en poetsmiddelen en de impact daarvan op het klimaat.*

Den Haag, 1 juni 2022 - **Samen kiezen voor natuurlijk wassen en poetsen, is hard nodig. De opwarming van de aarde zal naar verwachting al in 2030 de kritische grens van 1,5 graad bereiken. Daarom blijft het duurzame zeepmerk Seepje het gek vinden dat de meeste reguliere was- en poetsmiddelen nog steeds onnodig veel fossiele grondstoffen bevatten die hieraan bijdragen. "Wat ons betreft ouderwets en onnodig. Vooral nu er zoveel natuurlijke alternatieven voorhanden zijn", aldus Jasper Gabriëlse, mede-oprichter van Seepje.**

### **Nieuwe standaard**

Seepje wil 'n nieuwe standaard in de was- en poetscategorie zetten door bewustzijn bij de consument te creëren. Daarom lanceerden zij afgelopen week de campagne 'Doe niet zo fossiel!'. Met deze campagne wil Seepje iedereen ervan bewust maken dat er waarschijnlijk aardolie in je was- en poetsmiddelen zit én dat er een duurzaam, natuurlijk alternatief voor handen ligt. Gabriëlse: "De leus 'Doe niet zo fossiel' heeft een dubbele betekenis. Enerzijds refereert het naar de fossiele ingrediënten die nog veel in was- en poetsmiddelen gebruikt worden zoals op aardolie gebaseerde reinigers, synthetische geur- en kleurstoffen en microplastics. Deze ingrediënten brengen ons klimaat onnodig veel schade toe. Anderzijds vinden we het fossiel en ouderwets dat producenten deze elementen nog steeds gebruiken. Als wij natuurlijke producten kunnen maken, kunnen onze concurrenten dat ook".

### **Fossiele was- en poetsmiddelen**

Via [hun website](#) geeft de duurzame zeepproducent informatie over de verschillen tussen synthetische en natuurlijke was- en poetsmiddelen, en de impact die dagelijks gebruik ervan heeft op het milieu. Gabriëlse: "Nederlanders maken vaker duurzamere keuzes, zoals bijvoorbeeld in de voedings- en mode-industrie. Ik ben ervan overtuigd dat een groter aanbod van duurzamere was- en poetsmiddelen de consument ook in steeds grotere mate zal overtuigen van de dagelijkse klimaatimpact daarvan. Hopelijk kiest Nederland steeds minder vaak voor 'fossiele' producten, zodat we samen kunnen werken aan een schone toekomst". Komende maand zal het campagnebeeld te zien zijn via buitenreclame in de zes grootste steden van Nederland en via social en online media zoals Talpa en YouTube.

### **Transitie versnellen**

Deze campagne is een vervolg op de succesvolle campagne die het merk lanceerde in maart dit jaar. Daarbij deelde Seepje de receptuur van haar volledig natuurlijke allesreiniger kosteloos via een paginagrote advertentie in de Volkskrant en via [LinkedIn](#) met haar concurrenten, om zo de transitie naar duurzamere was- en poetsmiddelen te versnellen. Met het vrijgeven van de formulering, legt Seepje de bal bij haar concurrentie. Zo kunnen onder meer Unilever, Procter & Gamble, Henkel en Reckitt Benckiser niet meer om het gebruik van natuurlijke grondstoffen heen.

---

### **Over Seepje**

Melvin Loggies en Jasper Gabriëlse zagen als 21-jarige studenten op televisie hoe een Nepalese vrouw een natuurlijke vorm van zeep gebruikte om te wassen. Dat riep meteen de volgende vraag op: waarom gebruiken we hier allerlei synthetische toestanden, als wassen ook natuurlijk kan? In 2013 richtten ze samen Seepje op. Het bedrijf maakt was- en reinigingsproducten op basis van de beste natuurlijke ingrediënten, zoals de Sapindus

mukorossi-vrucht uit de Himalaya. Seepje is het eerste Fairtrade was- en poetsmerk van Europa, sinds 2018 een B Corp én behoort tot één van de 40 meest [inspirerende organisaties](#) van Nederland. De producten van Seepje worden verkocht bij meer dan 6.000 verkooppunten in Nederland, België en Duitsland, waaronder Albert Heijn, Jumbo en PLUS. In 2030 wil het bedrijf CO2 neutraal zijn. Lees meer over Seepje op: <https://www.seepje.nl/>

### **Noot voor de redactie**

Voor meer informatie, beeldmateriaal en interviewaanvragen kunt u contact opnemen met Evelien van de Glind, Merk Kampioen bij Seepje via: 0031-683521028 of [evelien@seepje.nl](mailto:evelien@seepje.nl).



Campagnebeeld 'Doe niet zo fossiel'