

Position Paper

Duurzame detailhandel: Circulaire economie nu blijvend in het assortiment



Introductie

Minder afval voor een beter milieu, dat is het doel van de circulaire economie. De circulaire economie is een economisch systeem dat bedoeld is om herbruikbaarheid van producten en grondstoffen te maximaliseren. Door de kringloop zoveel mogelijk te sluiten moet energieverlies en afvalproductie worden vermeden. Daarmee gaat de circulaire economie verder dan alleen recyclage, en veel verder dan het huidige vaak lineaire systeem, waarin grondstoffen worden omgezet in producten die na gebruik worden vernietigd.

Door de druk op onze grondstoffen, een toegenomen maatschappelijke verantwoordelijkheid, en de economische kansen die gepaard gaan met een circulaire economie handelen, wordt Nederland steeds duurzamer. Van keten tot klant, alsook bij beleidsmakers, wordt steeds meer het belang van een circulaire economie gezien. Door middel van nieuwe plannen wil de Europese Commissie een duurzamere samenleving op Europees niveau stimuleren. Ook de Nederlandse winkeliers hebben de handschoen opgepakt.

Winkeliers hebben nieuwe initiatieven gestart om hun ecologische voetafdruk te verkleinen, vaak met veel succes. Denk aan duurzame inkoop, informatieverstrekking aan de consument, of vermindering van verpakkings- en voedselafval. Door deze eigen initiatieven lopen winkeliers voorop in de maatschappelijke ontwikkeling. Een circulaire samenleving kan echter alleen bereikt worden door gezamenlijke en gedeelde verantwoordelijkheid van alle partijen in de keten, van producent tot winkelier en consument.

Detailhandel Nederland vraagt beleidsmakers om een realistisch Europees beleid rond de circulaire economie. Dergelijk beleid richt zich op het creëren van de juiste randvoorwaarden voor een gelijk speelveld. Hierbij moet ervoor worden gezorgd dat het bestaande draagvlak en ambitieniveau van vaak succesvolle eigen initiatieven niet wordt geschaad door onnodige regelgeving of nieuwe administratieve lasten. Wij geloven in onze verantwoordelijkheid. Winkeliers kennen de markt en hun klanten het beste. Waar wetgeving wordt overwogen moet dit gebaseerd zijn op een duidelijk begrip van de gewoonten en voorkeuren van alle soorten consumenten, en van de praktijk van alle groottes en soorten ondernemingen.

Vrijwillige initiatieven leiden tot duurzamere sector

Inspelen en anticiperen op duurzaamheid

Winkeliers nemen een belangrijke positie in bij het bereiken van een circulaire economie. Zij kunnen duurzamere consumptie bevorderen door hun eigen acties, partnerschappen met leveranciers en het dagelijkse contact met Europese consumenten. Eigen initiatieven zorgen voor duurzaamheidsoplossingen met een breed draagvlak onder zowel winkeliers als, niet onbelangrijk, hun consumenten. Bovendien zorgen deze initiatieven ervoor dat de nodige investeringen in een realistisch tempo kunnen plaatsvinden. Nieuwe verplichtingen kunnen lopende ontwikkelingen of het draagvlak schaden. Naast individuele ambities en innovatief ondernemerschap gaat de detailhandel ook verder in verduurzaming door gezamenlijk initiatieven op touw te zetten, zowel in nationaal als Europees verband. Deze initiatieven vinden plaats in alle levensfasen van het product, van ontwerp en inkoop tot de gebruiksfase, en uiteindelijk het milieuvriendelijk wegdoen van het product.

Op nationaal niveau zetten bijvoorbeeld supermarkten, door middel van het SSK-keurmerk¹, zich gezamenlijk in voor de inzameling van afval, verduurzaming van het assortiment, of communicatie naar consumenten over gescheiden inzameling van verpakkingen. Of denk aan nieuwe mogelijkheden voor terugname van apparaten in bouwmarkten. En in de textielsector worden methodes ontwikkeld voor duurzame recyclage van garen². Succesvolle initiatieven worden ook vertaald naar Europees niveau. Zo heeft de detailhandel het Retailers' Environmental Action Programme (REAP) opgezet, een actieplan en platform dat winkeliers uitdaagt bij te dragen aan een duurzamere sector (zie box 1).

¹ <http://www.supersupermarkt.nl/>

² <http://www.gidrd.nl/uitdaging/circulaire-economie>

Box 1 REAP

Winkeliers hebben zich op eigen initiatief op Europees niveau verenigd in het platform REAP ('Retailers Environmental Action Programme'). Binnen dit platform wordt beoogd gezamenlijk de ecologische voetafdruk van de detailhandel te verminderen aan de hand van drie soorten acties: wat we verkopen, hoe we verkopen, en hoe we communiceren. Zo worden producten ingekocht met een lagere milieu-impact, wordt de toeleveringsketen efficiënter, en worden consumenten geïnformeerd over milieuvriendelijke keuzes rond het consumeren van producten en diensten.



Ook Nederlandse winkeliers delen actief hun successen in het platform. Bijvoorbeeld, door middel van het 'Eetmaatje', een gratis maatbeker, wist Ahold voedselverspilling terug te dringen bij een miljoen consumenten. En door de inzet van het Vakcentrum werd in Nederland een convenant afgesloten over donatie van voedsel aan voedselbanken.

<http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/reap/>

Circulaire economie vereist afwegingen in hele productlevenscyclus

Duurzaamheid is niet altijd wat het lijkt

De circulaire economie biedt kansen om in de hele waardeketen milieuwinst te behalen, van het productontwerp tot en met het einde van de levensduur. Maar bij eventuele regelgeving om deze winst te behalen moeten altijd de juiste afweging worden gemaakt: niet altijd is de meest duurzame oplossing wat het lijkt. Bijvoorbeeld voor verpakkingen is een rol weggelegd voor het beschermen van producten. Minder verpakkingsafval kan leiden tot meer productuitval. Ook het verlengen van de levensduur van producten is niet altijd de meest duurzame oplossing. Vervanging door een nieuw product kan in sommige gevallen beter zijn dan de oude, inefficiënte versie te blijven repareren.

Vermindering van afval en verbetering recyclage in de gehele waardeketen

Detailhandel Nederland vindt dat in de eerste plaats gekeken moet worden naar de hoeveelheid materiaal en samenstelling die gebruikt wordt bij de vervaardiging van producten. Ook in de gebruiksfase en het einde van de levensduur valt nog winst te behalen. Met dit doel proberen winkeliers en producenten hun producten bijvoorbeeld van goede gebruiksinformatie te voorzien. Dat voorkomt dat producten worden teruggebracht die niet kapot zijn, maar simpelweg verkeerd werden gebruikt.

Extra service door reparatie

Defecten kunnen niet helemaal worden voorkomen. Maar nu is van de producten die als defect wordt teruggebracht, bijna een derde niet echt kapot of zodanig kapot dat deze voor reparatie moet worden opgestuurd. Winkeliers bieden daarom steeds vaker extra service, zoals eigen reparatiediensten aan. Door al aan de balie producten te herstellen worden afvalstromen voorkomen en kan de consument in veel gevallen snel worden geholpen. Andere winkeliers richten zich helemaal op het inzamelen, repareren en verkopen van (merk)producten. Reparatie speelt dus voor winkeliers een belangrijke rol in het streven naar een circulaire sector.

Nieuwe verplichtingen rond reparatie kunnen echter de verkeerde duurzaamheidsafwegingen maken of het serviceniveau beperken. Zo kunnen reparaties leiden tot het in stand houden van een inefficiënt product. Daarnaast is het soms disproportioneel duur om producten te laten repareren, bijvoorbeeld als die buiten de EU worden gemaakt en er in Nederland niet de juiste onderdelen of expertise voor aanwezig zijn. Ook is reparatie vanuit het oogpunt van de consument niet altijd wenselijk, bijvoorbeeld door de duur van herstel: een klant die een keukenkraan komt terugbrengen kan niet twee weken wachten op een reparatie. De keuze voor remedies hangt sterk af van het soort product.

Consumenten blijven altijd sterk geïnteresseerd in nieuwe producten en functies. Denk bijvoorbeeld aan de markt voor smartphones. Bij de blijvende vraag naar nieuwe producten is het van belang om consumenten bewust te maken van het op correcte wijze wegdoen van oude apparaten. Op die manier past consumptie binnen de circulaire economie en blijft de consumentenvraag een belangrijke drijfveer voor innovatie. Deze innovatie kan betekenen dat nieuwe modellen, zoals vaak bij witgoed het geval is, ook duurzamer zijn, doordat ze bijvoorbeeld energie-efficiënter zijn.

Milieuvriendelijk wegdoen van producten

Inspelen en anticiperen op duurzaamheid

Wanneer producten uiteindelijk het einde van hun levensduur bereiken, is het van belang dat ze op een milieuvriendelijke manier worden ingezameld. Hierdoor kunnen ze worden gerecycleerd en komen ze niet op de grote afvalhoop terecht, of blijven ze thuis in lades liggen. Winkeliers tonen initiatief bij het terugnemen van producten. Zo kiezen steeds meer winkelketens ervoor om inzamelbakken neer te zetten waar de klant oude apparaten altijd kan inleveren, ook als hij of zij geen nieuwe apparaten koopt (zie box 2).

Door vrijwillige terugname kunnen processen efficiënt worden ingericht. Extra verplichtingen rond terugname zijn onwenselijk. Verplichtingen rond inzamelingssystemen zijn immers vaak duur en gaan ten koste van het winkeloppervlak van de winkelier, door bijvoorbeeld inzamelbakken. Ook betekenen inzamelingssystemen registratieverplichtingen en extra administratieve last voor de winkelier. Daarnaast moet de milieuwinst van het apart inzamelen van elk afzonderlijk materiaal worden afgewogen tegen de milieudruk die zulke stromen oplevert, onder meer door extra transport. Maatregelen rond inzameling moeten dus uitgaan van proportionaliteit en daadwerkelijke milieuwinst.

Box 2 Extra service in terugname

Nederlandse winkeliers gaan verder dan nodig in het terugnemen van apparaten. Winkeliers die klein elektrische en elektronische apparaten verkopen zijn al verplicht bij verkoop van een apparaat ook een oud apparaat aan te nemen voor recyclage, als deze door de klant wordt aangeboden ('oud-voor-nieuw'). Bij heel grote winkeliers moeten producten worden ingezameld, ook als er geen nieuw apparaat wordt gekocht (oud-voor-niets regeling).



Steeds meer winkeliers bieden inmiddels de mogelijkheid producten in te leveren, ook onder de wettelijke grenzen voor de regelingen. Hiervoor is een herkenbaar, laagdrempelig inzamelmeubel ontwikkeld. Veel supermarkten, elektronikawinkels, bouwmarkten beschikken inmiddels over deze inzamelbakken (meer dan 3500 inzamelpunten).

www.wecycle.nl

Circulaire economie vraagt omslag in productbeleving consument

Belang van consument in circulaire economie

Winkeliers spelen door eigen activiteiten een belangrijke rol in de vermindering van afval. Maar minstens zo belangrijk zijn de consumentenkeuzes om de circulaire economie echt een dagelijkse realiteit te maken. Winkeliers zullen proberen aan de marktvraag te voldoen en daarmee hun consumenten zo goed mogelijk te bedienen. Ondanks een trend naar duurzamere producten, zal echter niet elk type consument bereid zijn om een hogere prijs te betalen voor duurzaamheid of om producten op de juiste manier te recyclen, zo toont ook onderzoek aan ³.

Voorlichting en informatie

Om het gedrag, leefgewoonten, en zo de consumptiepatronen bij de consumenten te veranderen is goede educatie nodig. Gerichtte voorlichting, groene marketing, extra prikkels en reclame van winkeliers kunnen bijdragen aan duurzame inkoop door de consument. Winkeliers nemen daarom hun verantwoordelijkheid in duurzaamheidscampagnes (zie box 3). Hierbij moet rekening worden gehouden met het feit dat de winkelier de consument alleen kan informeren en verleiden, maar niet dwingen. Het voorlichten van consumenten is daarom een gedeelde verantwoordelijkheid van producenten, winkeliers, en de overheid.

Om milieuvriendelijkere aankoopbeslissingen te maken, is het van belang dat consumenten toegang hebben tot juiste informatie over producten, maar niet worden overladen met informatie op productniveau. Digitale middelen kunnen helpen bij het inzichtelijk maken van de informatie. Ook moet de informatie helder en objectief zijn. Door gelijke meetmethoden wordt onderlinge vergelijking mogelijk. Nu bestaan nog vele methoden om de totale milieubelasting van een product te bepalen. Tot slot moet het voorzien in extra informatie niet leiden tot disproportionele lasten voor winkeliers, zoals rond het achterhalen van de oorsprong van producten of door tijdrovende rapportageverplichtingen.

Stimulerende maatregelen, geen belastingen

Hoewel het stimuleren van de vraagkant prioriteit moet hebben, moet de nadruk liggen op positieve sturing en stimulering van consumenten. Extra belastingen op producten zijn geen goede manier om de consumptiepatronen van consumenten aan te passen. Zulke belastingen op producten werken bijzonder marktverstrend en hebben niet altijd de gewenste effecten.

Box 3 Energievreterers pak ze aan!

Nederland telt miljoenen huishoudelijke apparaten die niet bepaald energiezuinig zijn. Er zijn bijvoorbeeld ruim acht miljoen koelkasten en vriezers van zeven jaar en ouder. Na het Energieakkoord van 2013 hebben Milieu Centraal, UNETO-VNI en Stichting Witgoed de handen ineengeslagen. Met de campagne 'Energievreterers, pak ze aan!', gelanceerd in 2014, willen de initiatiefnemers het energieverbruik bij elk huishouden verlagen door het vervangen van onzuinige apparaten. Zo kan iedereen een steentje bijdragen aan een beter milieu.



www.energievreter.nl

³ Zie bijvoorbeeld: http://www.duurzaamheidkompas.nl/downloads/persberichtduurzaamheidkompasvi2011_03_06.pdf of https://www.wageningenur.nl/upload_mm/4/3/1/9731cc17-e9c3-47eb-86e1-5f0428acde02_hhhhhh.pdf

Beter afvalbeheer door ambitieuze maar haalbare doelstellingen

Uniforme meetmethoden voor realistische doelen

Nederland is één van de koplopers in Europa op het gebied van gescheiden inzameling en recycling van verpakkingsafval. Over de gescheiden inzameling van verpakkingsafval als papier, karton, hout en metaal zijn goede afspraken gemaakt⁴. De Raamovereenkomst Verpakkingen 2013-2022 geeft nadere invulling aan de uitvoering van producentenverantwoordelijkheid. Het bevat onder meer een ambitieuze Verduurzamingsagenda Verpakkingen om de hoeveelheid materialen terug te dringen, verspilling tegen te gaan, en meer verpakkingen te hergebruiken. Het verpakkende bedrijfsleven, waaronder de detailhandel, levert zo een belangrijke bijdrage om aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid te voldoen.

De goede afspraken in Nederland betekenen een hoog niveau van recycling en scherpe criteria voor het meten van deze inzameling en recycling. Niet in alle landen gelden echter zulke scherpe criteria. Zoals de Europese Commissie zelf al aangeeft verschillen definities, meet-, en rapporteringsmethoden tussen Europese landen, zodat het lastig is te komen tot een betrouwbare Europese vergelijking rond inzameling en recycling⁵. Dat betekent in de praktijk dat doelstellingen niet overal hetzelfde zijn in Europa. Om een gelijk speelveld te verzekeren moeten er daarom eerst uniforme meet- en rapporteringsmethoden worden gehanteerd voor inzameling en recycling, voordat gemeenschappelijke doelen worden gesteld of verhoogd.

Dit geldt vooral voor de recyclingdoelstellingen van hout. Nu kunnen geen conclusies worden verbonden aan zowel het gewicht van op de markt gebrachte als gerecycleerde verpakkingen, omdat het ene land strenger zal meten dan het andere. Daarnaast is het problematisch de doelstelling te verhogen, omdat er voor houten verpakkingsafval nog onvoldoende recyclingmogelijkheden bestaan en in sterke mate (financiële) voordelen bestaan voor verbranding met energierugwinning. Verder zijn sommige soorten verpakkingen zoals meermalige pallets (die tot wel 10 jaar meegaan) lastig of zelfs onmogelijk om administratief te volgen.

Ook introduceert de Europese Commissie gescheiden doelstellingen voor ferrometalen en aluminium. Dit zal in Nederland vooral leiden tot aanzienlijk meer inspanningen rond aluminiuminzameling, maar met slechts een

beperkte verbetering van de recycling of milieuwinst. Nu wordt al veel aluminium gescheiden uit het overig huishoudelijk afval. Daarnaast bestaat een aanzienlijk deel van aluminium uit kleine elementen (sluitingen, aluminiumfolie) die slecht worden gesorteerd door de consument. In plaats van gescheiden doelstellingen moet worden gekeken naar middelen die hetzelfde kunnen bereiken met minder lasten, zoals inzameling door middel van zogenaamde PMD-zakken.

Balans tussen vermindering materiaal en uitval

In het bepalen van de meest duurzame oplossing moet altijd de juiste balans worden gevonden tussen het verminderen van verpakkingsafval en het verminderen van voedsel- en productafval. Nieuwe verplichtingen kunnen namelijk een averechts effect hebben. Voor verpakkingen is het bijvoorbeeld zo dat 'lightweighting' (steeds minder verpakkingsmateriaal gebruiken) kan leiden tot breuk van verpakkingen en dus tot meer voedselafval en productuitval. Verpakkingen worden ook gebruikt om diefstal te voorkomen, en bij voedsel om de houdbaarheidsdatum te verlengen. Er moet rekening worden gehouden met deze overwegingen bij het verminderen van verpakkingsafval (zie box 4).

Box 4 Komkommerverspakkingen en koffiemelkcups

Verpakkingen zijn onontbeerlijk in het voorkomen van bederf en beschadiging van producten. Komkommers die van ver komen, blijven langer goed in plastic. De komkommer zonder plastic is dus niet altijd zo milieuvriendelijk. Ook zijn grote 'voordeel' verpakkingen niet altijd beter voor het milieu dan kleine portieverpakkingen. Portieverpakkingen zoals koffiemelk in cups kunnen verspilling voorkomen, en daarmee juist beter kunnen zijn voor het milieu.

www.passievoorfood.nl/detail/article/verpakking-heeft-een-functie/

Gelijke regels voor bestaande

producentenverantwoordelijkheidsstelsels

Producenten of importeurs, waaronder ook winkeliers, van onder andere elektr(on)ische apparatuur, batterijen en accu's, of verpakkingsmateriaal blijven verantwoordelijk voor die producten in de afvalfase. Dit valt onder het principe van uitgebreide producentenverantwoordelijkheid. Om hieraan te voldoen worden collectief inname of verwerkingsstructuren opgezet, waarvoor de deelnemers een financiële bijdrage leveren. Europese landen kunnen apart invulling geven aan deze stelsels. Detailhandel Nederland is voorstander van de minimum operationele Europese eisen aan verplichte producentenverantwoordelijkheidsstelsels voor duidelijkheid en een gelijk speelveld.

Nieuwe regels moeten ook grensoverschrijdend werken om administratieve lasten te beperken en afvalfraude te voorkomen. Nu zorgen afdrachten bij grensovergang nog voor veel onnodige administratieve handelingen voor winkeliers. Afval dat op de markt wordt gebracht moet vrij kunnen reizen. Daarnaast kunnen internationale operatoren door de fragmentering van nationale regels nog verpakkings- of productafval op de markt brengen zonder dat hiervoor betaald wordt. Regels voor het afdragen van verwijderingsbijdragen en milieueffingen moeten op Europees niveau gelijk worden getrokken.

Buiten de al bestaande producentenverantwoordelijkheidsstelsels is het niet nodig en zelfs onwenselijk om nieuwe stelsels te introduceren, bijvoorbeeld rond meubels of textiel. Dergelijke afvalstromen, vooral voor duurzame goederen, worden al door de markt opgepakt. Zo zijn er al inzamelingsoplossingen voor kleding. Voor meubels bestaan vaak al een tweede, derde, of zelfs vierde leven. Het invoeren van verplichte productenverantwoordelijkheid rond zulke afvalstromen zal leiden tot onnodige lasten en kosten, bijvoorbeeld door dure terugnamestelsels. Uiteindelijk komen die kosten bij de consument terecht. Dit terwijl er geen sprake is van echte milieuwinst. Terugname is niet altijd de meest duurzame optie.

Ook voor zwerfafval toont het verpakkende bedrijfsleven in Nederland haar maatschappelijke betrokkenheid. Winkeliers betalen mee aan het voorkomen en opruimen van zwerfafval via de Afvalbeheersbijdrage Verpakkingen. Hiermee worden initiatieven als 'Nederland Schoon' (zwerfafval), 'Glas in 't Bakkie' (scheiding glas) en 'Plastic Heroes' (scheiding plastic) gefinancierd. Belangrijk is nu om consumenten goed voor te lichten over de kosten van zwerfafval, ze voldoende mogelijkheden te bieden om afval op te ruimen en daarmee aan de eigen verantwoordelijkheid te laten voldoen.



De campagnes Nederland Schoon, 'Glas in 't Bakkie', Plastic Heroes

⁴ http://www.nedvang.nl/uploads/Raamovereenkomst_Verpakkingen_2013-2022_incl_addendum_en_bijlage_KIDV.pdf

⁵ Impact Assessment Circular Economy Package, p. 29 jo. P. 32, SWD(2014) 207 final.

Voedselverspilling bestrijden over de gehele keten

Winkeliers dragen actief bij aan het bestrijden van voedselverspilling (zie ook box 5). Naast het verminderen van de eigen verspilling, gaan Nederlandse winkeliers in gesprek met zowel hun leveranciers en klanten om voedselverspilling te verminderen. Onderzoek toont aan dat het grootste deel van de voedselverspilling in de keten plaatsvindt (40%), gevolgd door consumenten (38%), en hotels en catering (14%)⁶. Slechts 9% van de voedselverspilling vindt plaats in supermarkten. Ander Europees onderzoek schat dit zelfs in op 5%⁷. Detailhandel Nederland vindt het dan ook belangrijk dat de inspanningen worden toegespitst op die gebieden waar de meeste winst valt te behalen.

Om een correct beeld te krijgen van hoe groot het probleem precies is moet er een geharmoniseerde, betrouwbare methode komen om voedselverspilling te analyseren. Detailhandel Nederland verwelkomt dan ook de plannen van de Europese Commissie om een Europese methodologie te ontwikkelen om voedselverspilling te meten.

De Europese Commissie geeft aan dat de datummarkering op producten ('tenminste houdbaar tot', THT) niet goed begrepen wordt door consumenten. Het wordt vaak gezien als een vervaldatum, waardoor veilig en eetbaar voedsel wordt weggegooid. Ook Detailhandel Nederland zou graag zien dat er soepeler wordt omgegaan met de THT-datum. Dit kan worden ondersteund door een overheids- en bedrijfslevencampagne 'Kijk, Ruik, Proef', waarin consumenten wordt geleerd te vertrouwen op hun eigen zintuigen. Ook zou de lijst voor producten waarop geen THT hoeft (zgn. annex 11) kunnen worden uitgebreid met meer producten als koffie, thee en koekjes. De TGT-datum daarentegen ('te gebruiken tot') staat op zeer bederfelijke producten en moet daarom worden gehandhaafd wegens de voedselveiligheid.

Box 5 'Stamppot vol duurzaamheid'

Aan de hand van de ingrediënten van de stamppot presenteerde de Alliantie Verduurzaming Voedsel in februari 2016 een greep uit alle activiteiten vanuit het bedrijfsleven om de voedselketen te verduurzamen. De ambitie is dat in 2020 al het voedsel dat op de Nederlandse markt verkrijgbaar is duurzamer geproduceerd, verwerkt en gedistribueerd wordt. Door zogenaamde "duurzaamheidshotspots" brengt de Alliantie voor belangrijke grondstof- en productketens in kaart waar de grootste verduurzamingsimpact te behalen valt.

www.duurzamereten.nl

6 http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/library/docs/vc_sheet_voedselverspilling_en.pdf

7 <http://www.eu-fusions.org/phocadownload/Publications/Estimates%20of%20European%20food%20waste%20levels.pdf>



Conclusie

De Nederlandse detailhandel is een innovatieve sector, die continu streeft naar een hoge kwaliteit van producten en dienstverlening. Als schakel naar de eindgebruiker heeft de detailhandel een belangrijke rol in het bevorderen van duurzaamheid. Waar de detailhandel haar verantwoordelijkheid nu al neemt, zal het bereiken van de circulaire economie grotendeels afhangen van de consument. Een effectieve en breed gedragen beweging naar een echte circulaire economie is immers vraag-gestuurd. Een omslag in consumentenbeleving is daarom nodig. Door de juiste randvoorwaarden te creëren en consumenten goed voor te lichten kan deze omslag plaatsvinden.

Door nauwe samenwerking tussen beleidsmakers en de sector en zelfregulering te stimuleren, kunnen de kosten die gepaard gaan met de transitie naar een circulaire economie worden geminimaliseerd en de voordelen optimaal benut. Eventuele nieuwe maatregelen moeten, in overeenstemming met de doelstellingen voor Betere Regelgeving, gerechtvaardigd en proportioneel zijn. Ook moet een eerlijk speelveld gewaarborgd blijven, ongeacht de grootte van de handelaren of de verkoopkanalen, online of offline.

Detailhandel Nederland stelt:

- Winkeliers zijn actief bezig om verduurzaming van de detailhandelsketen steeds een stap verder te brengen. Deze initiatieven moeten gestimuleerd en gewaardeerd worden.
- De meest milieuvriendelijke optie is niet altijd de meest voor de hand liggende, zoals het verlengen van de levensduur of het verminderen van verpakkingsmateriaal.
- Preventie en vermindering van afval bij de bron is de beste aanpak van afvalbestrijding.
- Winkeliers spelen in op vermindering van afval in de gebruiksfase door extra informatie te geven of reparatiediensten aan te bieden.
- Het wegdoen van producten door consumenten moet op verantwoordelijke manier gebeuren, zonder disproportionele verplichtingen voor winkeliers.
- De circulaire economie internaliseert kosten van productie voor milieu en samenleving. Niet elke consument is nu bereid deze kosten te betalen. Er bestaan veel soorten consumenten.
- Om een circulaire economie te bevorderen moet de vraagkant gestimuleerd worden, door gedeelde verantwoordelijkheid in voorlichting en goede toegang tot de juiste informatie.
- Stimulerende prijsmaatregelen kunnen helpen, maar meer productbelastingen dragen niet bij aan het gewenste doel.
- Er moeten uniforme meetmethoden worden gehanteerd voor inzameling en recycleren in Europa, voordat doelen worden verhoogd. Dit geldt bovenal voor houtverpakkingen.
- De inzamelingsdoelstelling voor aluminium moet niet worden gescheiden van ferrometalen; eventuele extra inzameling van aluminium moet zo effectief mogelijk worden gerealiseerd.
- Het verduurzamen van verpakkingen door minder materiaal te gebruiken moet worden afgezet tegen de duurzaamheidswinst van het beschermen van producten.
- Minimumeisen aan verplichte producentenverantwoordelijkheidsstelsels dragen bij aan de grensoverschrijdende werking. Voor andere afvalstromen zijn geen nieuwe stelsels nodig.
- Winkeliers dragen actief bij aan het bestrijden van voedselverspilling. Vrijwillige initiatieven moeten de norm zijn voor het verder verminderen van verspilling.



Detailhandel Nederland

Detailhandel Nederland behartigt de collectieve sociale en economische belangen van de winkeliers. Het doel is om het perfecte klimaat te creëren waarbinnen winkeliers optimaal kunnen ondernemen. Door de samenwerking in Detailhandel Nederland kunnen het midden- en kleinbedrijf (MKB) en grootwinkelbedrijf (GWB) gezamenlijk met één standpunt naar buiten treden. Dit versterkt de belangenbehartiging van de detailhandel bij de Nederlandse en Europese overheid.

Nederlandse Detailhandel

In de Nederlandse detailhandel werken bijna 781.000 mensen in 101.000 winkels. Hiermee is de detailhandel de grootste werkgever in Nederland. De omzet van de detailhandel bedroeg circa €98 miljard. In de hele Europese Unie werken ongeveer 31 miljoen mensen in de detailhandel in 6 miljoen bedrijven met een totale omzet van ongeveer € 2.273 miljard.

Informatie

Joran Frik

joran.frik@detailhandel.nl

0032 2 732 49 42

www.detailhandel.nl

[@detailhandel](https://twitter.com/detailhandel)

