

**GREEN
DEAL**

012.
ANDERS
VERPAKT



EINDRAPPORT VAN DROOM NAAR DOORBRAAK: EEN STAP RICHTING MINDER EENMALIGE VERPAKKINGEN

INHOUD

CONTENTS

1. INLEIDING.....	06
1.1 AANLEIDING	06
1.2 ONDERTEKENAARS.....	06
1.2.1 Ondersteunende partijen	07
1.2.2 Deelnemende partijen	07
2. DE WERKING VAN DE GDAV	08
2.1 STRUCTUUR.....	08
2.2 DOELSTELLINGEN.....	09
Doelstelling 1: bedrijven stimuleren tot eigen projecten.....	10
Doelstelling 2: de helft van de projecten wordt voortgezet of opgeschaald	11
Doelstelling 3: het potentieel van opgeschaalde projecten.....	12
2.3 HET PROCES	13
2.3.1 Thema's	14
2.3.2 Evenementen.....	15
2021	16
2022	17
2023	18
2024	19
2025	20
2.4 COMMUNICATIE	21
2.4.1 Boodschap GDAV verspreiden	21
2.4.2 (Pers)artikels.....	21
2.4.3 LinkedIn-groep.....	21

2.4.4 Nieuwsbrieven.....	21
2.4.5 Filmpjes	21
2.5 PROJECTFINANCIERING GDAV	22
3. SUCCESSEN.....	23
3.1 ALGEMEEN.....	23
3.2 PUBLIEK-PRIVATE SAMENWERKING.....	23
3.3 ONDERSTEUNING COÖRDINATIETEAM	24
3.4 SPECIFIEKE FOCUS OP VERMIJDEN EN HERGEBRUIK VAN VERPAKKINGEN.....	24
3.5 VERPLICHT UITVOEREN PILOOTPROJECT.....	25
3.6 EVENEMENTEN	25
3.7 COMMUNICATIE.....	26
3.8 FINANCIËLE KADER	26
3.9 DE GDAV ALS SPRINGPLANK.....	27
4. INZICHTEN EN LEERLESSEN.....	28
4.1 ALGEMEEN.....	28
4.2 SAMENWERKING EN MEDEWERKING	31
4.3 BUSINESSMODEL	32
4.3.1 Mentaliteitswijziging bij alle schakels in de keten.....	33
4.3.2 Enkel opschaalbaar is haalbaar	36
4.3.3 Standaardisatie.....	36
4.3.4 Ecodesign verpakking.....	36
4.3.5 Technologische innovaties en interoperabiliteit.....	38
4.3.6 Logistiek proces	39
4.3.5 Branding en marketing.....	43
4.3.6 Veiligheid garanderen.....	43
4.4 LIMieten	45

5. AANBEVELINGEN.....	46
5.1 CONTEXTSCHETS.....	46
5.2 UITWERKING OP PROJECTNIVEAU.....	48
5.2.1 Ketensamenwerking	48
5.2.2 Projecttijd	48
5.2.3 Herbruikbare verpakking als standaardoptie	49
5.2.4 Heldere instructies.....	49
5.3 EN DAN NU ... OPSCHALING!	49
6.3.1 Standaardisatie en interoperabiliteit	49
5.3.2 Inzamelinfrastructuur	50
5.3.3 Hygiëne en veiligheid	51
5.3.4 Iedereen op de hoogte	51
5.3.5 Financiële incentives	52
5.4 ONDERZOEK.....	53
5.5 BEVORDEREN SAMENWERKING EN KENNISDELING.....	55
5.6 OPPORTUNITEITEN	55
5.7 GDAV – VERVOLG.....	56
CONCLUSIE	57
DANKWOORD.....	58

BIJLAGEN	59
BIJLAGE 1	60
BIJLAGE 2	110
BIJLAGE 3	137
INLEIDING: DE GROEIENDE NOODZAAK VAN DUURZAME	
OPLOSSINGEN IN DE E-COMMERCE	138
HET BASISCONCEPT	139
HET BASISCONCEPT	139
DE WEBSHOP	140
DE WEBSHOP	140
DE VERPAKKING	142
DE KLANT	142
DE LOGISTIEK	142
EEN EFFICIËNT CIRCULAIR PROCES	144
BIJLAGE 4	146
HERBRUIKBARE VERPAKKINGEN IN COSMETICA	147
COSMETICA	148
DETERGENTEN	148
CONCLUSIE	148
BIJLAGE 5	150
BIJLAGE 5 – (PERS)ARTIKELS	151
BIJLAGE 6	155
BIJLAGE 6 – NIEUWE PROJECTEN	156

1. INLEIDING

1.1 AANLEIDING

Verpakkingen vervullen verschillende essentiële functies in onze maatschappij. Toch is een verpakking in bepaalde situaties overbodig, of kan een product vaak ook anders worden verpakt. Met de Green Deal Anders Verpakt (GDAV) richten we ons op de mogelijkheden van preventie en hergebruik van verpakkingen.

Tijdens de uitvoering van de GDAV lag de nadruk op andere manieren van verpakken dan met eenmalige verpakkingen, waarbij gezocht werd naar innovatieve distributie- en consumptiemodellen. Hierbij werd niet van nul vertrokken: er bestaan al heel wat ingeburgerde systemen die aantonen dat vermijden en hergebruik van verpakkingen werkt. Denk bijvoorbeeld aan de drinkbus, de porseleinen tas, groenten en fruit in bulk, herbruikbare bierflesjes of gestandaardiseerde paletten. Deze bestaande praktijken vormden een waardevolle basis om op

verder te bouwen.

De GDAV creëerde een voedingsbodemp om het vermijden en hergebruiken van verpakkingen te versterken, door mogelijke oplossingen. Dit is moeilijk realiseerbaar voor een bedrijf alleen. Daarom werd gekozen voor het instrument 'Green Deal': een vrijwillige samenwerking tussen private en publieke partners, waarbij de volledige distributieketen betrokken werd. De initiatiefnemers werden zorgvuldig gekozen om ervoor te zorgen dat een groot deel van de distributieketen vertegenwoordigd was.

Dit rapport is tot stand gekomen dankzij de gedeelde kennis en expertise van de ondertekenaars, verzameld via rapporteringen en interviews, en aangevuld met inzichten uit uitgevoerde studies.

1.2 ONDERTEKENAARS

Op 11 maart 2022 hebben 84 partijen de Green Deal Anders Verpakt in Hasselt ondertekend, samen met de Vlaamse ministers Hilde Crevits en Zuhal Demir. Inmiddels, op de einddatum van de Green Deal Anders Verpakt, staat de teller van het aantal ondertekenaars op 102 stakeholders,

waarvan 2 ministers, 5 initiatiefnemers, 36 ondersteunende partijen en 59 deelnemende partijen.

Green Deal

012. Anders verpakt

**GREEN
DEAL**

012.
ANDERS
VERPAKT

INITIATIEFNEMERS



ONDERSTEUNENDE PARTIJEN



1.2.1 Ondersteunende partijen

Ondersteunende partijen engageerden zich om concrete acties te ondernemen die ondersteunend waren voor de deelnemende partijen en het lerend netwerk (bijvoorbeeld via vorming, consultancy, ontwikkeling tools, onderzoek, voorbeeldbestekken, communicatie, ...).

Zie bijlage 1 voor meer informatie over de projecten.

DEELNEMENDE PARTIJEN



1.2.2 Deelnemende partijen

Deelnemende partijen hebben zich ertoe verbonden om een (piloot)project uit te voeren tijdens de duurtijd van de Green Deal Anders Verpakt. De kennis en ervaring die de deelnemende partijen verworven hebben in de projecten werd gedeeld binnen het lerend netwerk.

Zie bijlage 2 voor meer informatie over de acties.

2. DE WERKING VAN DE GDAV

2.1 STRUCTUUR

Er werd een **Stuurgroep GDAV** opgericht die de algemene werking van de Green Deal opvolgde en stuurde. Deze stuurgroep was samengesteld uit vertegenwoordigers van de vijf initiatiefnemers (Comeos, Vil, Detic, Fevia Vlaanderen en OVAM) en van Departement Omgeving en was verantwoordelijk voor de opvolging en de uitvoering van de Green Deal. Bijkomend volgde

een **Stuurgroep Financiering** die bestond uit vertegenwoordigers van de initiatiefnemers van de GDAV specifiek de financiering van de Green Deal op.

Een **coördinatieteam** kwam wekelijks samen en werkte de GDAV praktisch uit.



2.2 DOELSTELLINGEN

De Green Deal Anders Verpakt had tot doel de klant van de deelnemende partijen de mogelijkheid te bieden om zijn producten of inhoud op een andere manier te ontvangen dan in een eenmalige verpakking, waarbij er gewerkt wordt naar een markt waarbij de milieu-impact van het verpakte product en de totale hoeveelheid eenmalige verpakkingen die jaarlijks op de markt worden gezet, daalt.

In dit kader werden SMART-doelstellingen geformuleerd die ook werden opgenomen in de door alle betrokken partijen ondertekende convenant:



Binnen de Green Deal dienen alle deelnemende partijen concrete proefprojecten in waarbij een eenmalige verpakking wordt vermeden door preventie of hergebruik.



Binnen de Green Deal leveren minstens de helft van de deelnemende partijen die een concreet project uitvoeren het engagement om hun proefproject verder te zetten en/of op te schalen.



Binnen de Green Deal leveren minstens 10% van de proefprojecten bij opschaling na de Green Deal het potentieel om (per opschaling) de jaarlijkse hoeveelheid eenmalige verpakkingen te reduceren met minstens 15.000 ton of 300 miljoen eenheden.

Tijdens de looptijd van de GDAV voerden we tussentijdse evaluaties uit om inzicht te krijgen in de voortgang van de projecten. Dankzij regelmatige feedbacksessies konden we de deelnemende partijen ondersteunen en bijsturen.

Hieronder worden de SMART-doelstellingen afzonderlijk besproken, evenals de aanpak en resultaten binnen hun relevante context.

DOELSTELLING 1: BEDRIJVEN STIMULEREN TOT EIGEN PROJECTEN



De eerste doelstelling werd ingebouwd in de aansluitingsprocedure van de Green Deal. In de aanloop naar de officiële ondertekening werd elke geïnteresseerde partij gevraagd een fiche in te vullen. Deze fiche verplichtte de partijen om stil te staan bij een concreet project. Organisaties die al verder gevorderd waren, konden de fiche invullen met een uitgewerkt project. Degenen die nog niet zo ver waren, moesten een of meerdere projectideeën opschrijven. Alleen bij het indienen van deze fiche kon een partij de Green Deal ondertekenen.

Vervolgens kregen alle ondertekenaars enkele maanden de tijd om een definitief projectvoorstel uit te werken en in te dienen. Tijdens deze periode konden ze ondersteuning vragen bij het coördinatieteam en bij andere partijen binnen het netwerk.

De ingediende projecten werden door de Stuurgroep GDAV getoetst aan de scope van de GDAV. Een project moest zich richten op het volledig weglaten van verpakkingen of het

hergebruiken ervan, en verder gaan dan louter sensibiliseren. Het moest daadwerkelijk leiden tot wijzigen of uitbreiden van het businessmodel van de onderneming. Bovendien moest het project uitgevoerd worden in Vlaanderen en dit binnen de looptijd van de GDAV. De partijen kregen feedback op hun ingediend project en de mogelijkheid om aanpassingen te doen. Aan het einde van deze feedbackperiode werden de deelnames van partijen waarvan hun project niet aan de vereisten voldeed, stopgezet.

Stakeholders konden ook in een latere fase toetreden, mits zij een goedgekeurd project indienden.

Het voorgaande proces verzekerde het volledig behalen van de eerste doelstelling, met als resultaat dat elke deelnemer een concreet project indiende. Uiteindelijk werden er **59 projecten** goedgekeurd, ingediend door deelnemende partijen. Daarnaast werden er ook **36 projecten/acties** goedgekeurd voor ondersteunende partijen.

DOELSTELLING 2: DE HELFT VAN DE PROJECTEN WORDT VOORTGEZET OF OPGESCHAALD



Om na te gaan welke ingediende projecten hun pad in de toekomst verderzetten, steunden we op de ingediende eindrapportages en de eindevaluatie-interviews die bilateraal werden afgenomen.

Een totaal van 31 deelnemende partijen geeft aan dat hun project niet meteen zal worden stopgezet. Dit komt neer op **52,5% van de ingediende projecten**. Gezien de korte looptijd van de GDAV, vooral voor projecten die een verandering van businessmodel binnen een onderneming vereisen en waarbij samenwerking met andere stakeholders vaak essentieel is, is dit een goed resultaat. Veel projecten werden uiteindelijk pas in 2024 geïmplementeerd in een testfase, vanwege de complexe voorbereidingen en de tijd die nodig was voor innovatie.

Eén van de grootste oorzaken van niet-opgestarte of -afgeronde projecten is het vertrek van een sleutelfiguur, waardoor het onderwerp niet langer als prioritair werd beschouwd of er geen overdracht werd voorzien, of dat het project niet binnen de juiste afdeling was opgenomen.

DOELSTELLING 3: HET POTENTIEEL VAN OPGESCHAALDE PROJECTEN



Van de 31 projecten die worden voortgezet, **geven 24 partijen** aan dat ze een toekomst zien voor hun project waarin **opschaling mogelijk** is, waardoor er meer eenmalige verpakkingen worden vermeden. Van deze projecten hebben **drie projecten (of 12,5%)** het potentieel om de jaarlijkse hoeveelheid eenmalige verpakkingen te reduceren met minstens 15.000 ton of 300 miljoen eenheden:

- Herbruikbare drank- en voedingsverpakkingen voor de catering- en eventsector. Dit omvat herbruikbare bekertjes die inmiddels verplicht zijn in de eventsector in Vlaanderen, evenals herbruikbare voedselcontainers (waaronder ook pizzadozen). Het potentieel bij opschaling komt neer op het vermijden van 350 miljoen eenheden per jaar.
- Herbruikbare sixpack-drankverpakkingen. Jaarlijks worden er 5 miljard eenmalige sixpack-drankverpakkingen op de markt gebracht. Binnen de GDAV is een herbruikbare sixpack ontwikkeld, vergelijkbaar met de alom bestaande bierkratten voor 24 eenheden. Hierbij is er potentieel voor opschaling naar 50% herbruikbare sixpacks wat resulteert in het vermijden van 2,5 miljard eenmalige verpakkingen op jaarbasis
- Viskratten zijn tot op heden vervaardigd uit polystyreen (piepschuim) en worden slechts eenmalig gebruikt. Doorheen de voorbije jaren werd een herbruikbaar alternatief ingezet. Bij opschaling resulteert dit in het jaarlijks vermijden van 30 miljoen eenmalige kratten, wat neerkomt op 24 000 ton.

Inschattingen over het potentieel van de nieuwe businessmodellen zijn moeilijk te maken gezien de premature markt van herbruikbare verpakkingen. Enkele stakeholders geven aan dat ze hier op dit moment nog geen cijfer op kunnen plakken. Mogelijk is de 12,5% een onderschatting van het werkelijke potentieel. Bij opschaling en uitbreiding van bepaalde projecten binnen hun relevante sector, vooral wanneer concurrenten de business case overnemen, kunnen enorme verschillen worden gerealiseerd in het vermijden van eenmalige verpakkingen.

We kunnen stellen dat alle SMART-doelstellingen van de Green Deal Anders Verpakt werden behaald. Dit is een resultaat van samenwerking tussen de verschillende sectoren binnen de distributieketen en de overheid, en vooral het enorme enthousiasme van de ondertekenaars.

2.3 HET PROCES

Een ketenbenadering waarbij bedrijven, overheden, kennisinstellingen en burgers samenwerken en zich inspannen om gemeenschappelijke doelstellingen te bereiken, zorgt voor een efficiënte aanpak. Het instrument Green Deal is hiervoor ideaal geschikt.

Voor de daadwerkelijke ondertekening van de GDAV was het belangrijk om zoveel mogelijk stakeholders enthousiast te maken om deel te nemen. Dit werd bereikt door middel van één-op-één gesprekken, presentaties op beurzen of seminars, en tijdens meetings met stakeholders.

Het eerste jaar van de GDAV stond in het teken van het opstarten van een lerend netwerk. Hierbij lag de nadruk op het samenbrengen van verschillende partijen, het uitwisselen van kennis en ervaringen, en het delen van leerlessen en nuttige informatie. Dit alles had als doel de ondertekenaars te inspireren om het vermijden en hergebruiken van verpakkingen uit te testen.

Vervolgens werd ingezet op kennisdeling en het ontwikkelen van gerichte oplossingen. Het laatste jaar lag de nadruk op het verspreiden van resultaten en het in de kijker zetten van projecten.

Om een meer gerichte begeleiding te kunnen bieden, werden de diverse projecten opgedeeld in verschillende thema's: take-away en delivery, e-commerce, retail, cosmetica en detergents en B2B.



2.3.1 Thema's

Take-away en delivery

In de take-away- en deliverysector werden verschillende businessmodellen uitgetest op uiteenlopende producten zoals pizza, pasta, slaatjes en dranken. Elk project had een unieke aanpak op vlak van het al dan niet samenwerken met een koerier, de keuze van het waarborgsysteem, de manier waarop de verpakking werd gemonitord en de beslissing om zelf af te wassen of gebruik te maken van een professionele wasstraat.

Daarnaast werd ingezet op de ontwikkeling van herbruikbare verpakkingen, zoals een herbruikbare pizzadoos.

Tot slot werd een traject opgestart om te onderzoeken hoe horecazaken concreet en actief betrokken kunnen worden bij het verhaal van "anders verpakken".

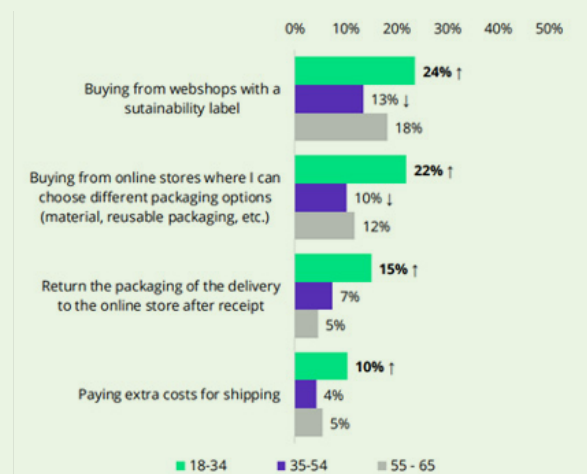
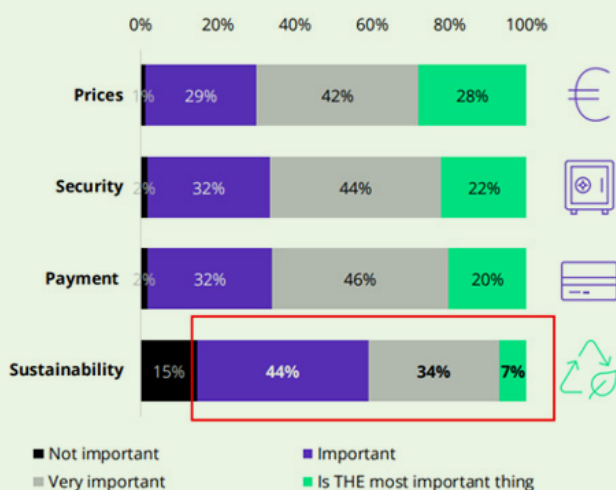
E-commerce

De e-commerce sector in België kende een sterke groei en bereikte in 2024 een recordomzet van € 17,4 miljard. Hoewel het gebruiksgemak van online winkelen onmiskenbaar is, roept deze groei ook steeds meer vragen op over de milieu-impact, ook bij de consument. Volgens onderzoek van federatie Becom hecht 85% van de Belgische online shoppers veel belang aan duurzaamheid. Hieronder valt ook een milieuvriendelijke verpakking.

Het verpakkingsafval dat gepaard gaat met e-commerce speelt een belangrijke rol in de totale milieu-impact van de sector. Studies tonen aan dat verzendverpakkingen een aanzienlijke bijdrage leveren aan de koolstofvoetafdruk van online handel.

Binnen de GDAV werd in diverse projecten gezocht naar oplossingen, met bijzondere aandacht voor verzendverpakkingen die ontworpen zijn om meerdere keren hergebruikt te worden voor verzending van webshops naar klanten. Daarnaast evolueert de markt ook richting verzendmethoden zonder bijkomende verzendoos.

Meer informatie over het thema e-commerce in bijlage 3.



De ideale webshop volgens de Belgische consument. Vooral jonge consumenten vinden duurzaamheid belangrijk. Bron: Belgian Online Shopper Survey 2024 (WhyFIVE)

Retail

Binnen de retailsector werden uiteenlopende projecten ingediend, variërend van refillstations voor detergents en herbruikbare zakken voor groenten, fruit en brood, tot kleinere herbruikbare bierkratten, leenbare kassazakken en herbruikbare bakken voor zowel B2B als B2C-toepassingen.

Cosmetica en detergents

De Europese verordeningen voor cosmetica (CPR), detergents (DR), indeling, verpakking en etikettering van mengsels (CLP) en de transportwetgeving, zijn verschillende wetgevingen die het moeilijker maken voor de sector om hergebruik te stimuleren. Bedrijven hebben toch ingezet op proefprojecten die refill-stations binnen de retail en bij de apothekers lanceren. Deze projecten verschillen van elkaar door het

eigenaarschap van de verpakking enerzijds voor de klant of anderzijds voor de verkoper.

Meer informatie over het thema cosmetica en detergents in bijlage 4.

B2B

Binnen de B2B-sector ligt de focus vooral op het vinden van oplossingen voor transportverpakkingen, zoals herbruikbare kratten, poolingspallets en innovatieve alternatieven voor palletwraps. Daarnaast werden nieuwe mogelijkheden geïntroduceerd om textielgoederen gezamenlijk te verpakken in plaats van afzonderlijk, zonder dat dit afbreuk doet aan de kwaliteit en stofopname van de geleverde producten.

2.3.2 Evenementen

Afhankelijk van de thematiek en de op te lossen knelpunten werd een mix van evenementen georganiseerd:

- **Netwerkevents:** Komen tot een (vernieuwende) samenwerking tussen meerdere partijen vergt inzetten op het leggen van contacten. Dit deden we door het organiseren van netwerkevents gecombineerd met inspirerende voorbeelden, matchmaking, de kans bieden aan actoren om hun organisatie kenbaar te maken,
- **Thematische bijeenkomsten:** Het omschakelen van een eenmalige verpakking naar geen of een herbruikbare verpakking gaat om veel meer dan louter het veranderen van de verpakking. Meerdere evenementen werden georganiseerd om dieper in te gaan op specifieke thema's.
- **Workshops:** Oplossingsgericht werken, daar streefden we naar. Via het kleinschaliger bij elkaar brengen van verschillende partijen binnen bepaalde sectoren of thema's werd meer gericht gewerkt naar oplossingen voor de uitdagingen die in de weg liggen om te komen tot het vermijden of hergebruiken van verpakkingen. De workshops werden georganiseerd naargelang de noden van de deelnemers aan de Green Deal.
- **Webinars:** Aan de hand van webinars werd op een korte tijdspanne een grote hoeveelheid informatie bezorgd aan een grote groep geïnteresseerden. De webinars werden ook geplaatst op de besloten pagina van de website, zodat deze achteraf opnieuw kunnen bekeken worden indien gewenst.

Tijdens het voortraject van de Green Deal Anders Verpakt stonden evenementen in het teken van informeren en inspireren. Deelnemers kregen de kans om diepgaand kennis te maken met de principes van het vermijden en hergebruiken van verpakking. Uit deze sessies ontstonden nieuwe ideeën en partnerschappen. Er werd meteen een grote interesse en betrokkenheid opgemerkt vanuit de ondernemerswereld, maar ook vanuit kennisinstellingen, lokale besturen en andere stakeholders. Deze interesse en diversiteit van betrokkenen bood een veelbelovende start voor de Green Deal Anders Verpakt.



Netwerkevent

- 30 juni 2021
- **Thema:** Matchmaking event (i.s.m. de Vlaamse Hogescholenraad – Blikopener)
- **Programma:** Bedrijven en hogescholen met interesse in anders verpakken met elkaar in contact brengen



Thematisch event

- 10 november 2021
- **Thema:** Inspiratiesessie
- **Programma:** Obstakels en mogelijk oplossingen in vijf thema's: verpakking, klant- en consumentengedrag, communicatie en marketing, businessmodellen, logistiek en administratie en wetgevend kader.

Webinar 15 juni 2021

- **Thema:** Infosessie voor bedrijven
- **Programma:** Toelichting van de Green Deal Anders Verpakt met vier cases als inspiratie: EuroPoolSystems, Carrefour Belgium, Funky Jungle en Mustela Expanscience.

Ready ... Set ... GO! Op 11 maart 2022 ondertekenden de Vlaamse ministers Hilde Crevits en Zuhal Demir de Green Deal Anders Verpakt. Ondertussen startten de ondertekenaars hun project, of kregen zij die nog geen project hadden nog een half jaar de tijd om hun project vorm te geven.

Webinar 23 februari 2022

- **Thema:** Subsidie- en financieringsmogelijkheden
- **Programma:** Verschillende mogelijke pistes van financiering rond het onderwerp. Toelichting: VLAIO, VIL

Webinar 2 juni 2022

- **Thema:** Cosmetics en detergents
- **Programma:** Wetgevende uitdagingen voor de sector. Toelichting: Detic, Ecover, Pierre Fabre.

Webinar 23 juni 2022

- **Thema:** Projectfinanciering
- **Programma:** Toelichting details van de GDAV projectfinanciering

Webinar 29 Augustus 2022

- **Thema:** Afvalvermindering door herbruikbare verpakkingen in de drankindustrie
- **Programma:** Toelichting GDAV, kritische en logische aanpak bij de keuze van drankverpakkingen en herbruikbare verpakkingen en innovaties voor de drankindustrie; Toelichting: UA en DW Reusables



Workshop

- 21 februari 2022
- **Thema:** Kennisinstellingen
- **Programma:** Kennismaking met kennisinstellingen, ronde tafel over onderzoeksvragen, verwachtingen, mapping van expertise.



Ondertekening

- 11 maart 2022
- **Thema:** Kick-off sessie
- **Programma:** Officiële ondertekening van de GDAV



Thematisch event

- 25 april 2022
- **Thema:** Hoe krijg ik mijn verpakking terug?
- **Programma:** Uitwisselen over dienstverlening, waarborgsystemen en logistieke retourmodellen. Toelichting: Ivago, Turtlee Green, Pieter Pot en CHEP.



Netwerkevent

- 9 juni 2022
- **Thema:** Netwerkevent 'project'
- **Programma:** Via speeddates stakeholders maximaal met elkaar in contact brengen. Toelichting: wat wordt verwacht van een GDAV-project? + Lancering projectfinanciering



Netwerkevent

- 10 oktober 2022
- **Thema:** Netwerkevent
- **Programma:** Via speeddates stakeholders maximaal met elkaar in contact brengen. Toelichting: FAVV, Vlaio Team Bedrijfstrajecten, Universiteit Antwerpen

2023 stond in het teken van actie, samenwerking en de uitvoering van de projecten.



Netwerkevent

- 28 maart 2023
- **Thema:** Verpakt met kennis
- **Programma:** Elevator pitches van verschillende kennisinstellingen, inzichten over gedragsverandering (HoGent), bezoek PackLab (Arteveldehogeschool)



Workshop

- 23 mei 2023
- **Thema:** Herbruikbare verpakkingen bij take-away en delivery
- **Programma:** Op zoek naar een geharmoniseerde oplossing



Workshop

- 16 januari 2023
- **Thema:** E-commerce
- **Programma:** Hergebruik in e-commerce, voorbeelden en expertise uit het terrein, SWOT-analyse



Workshop

- 12 oktober 2023
- **Thema:** E-commerce (i.s.m. BeCommerce, nu BeCom)
- **Programma:** Toelichting van GDAV aan leden van BeCommerce, ervaringen delen over herbruikbare verpakkingen



Thematisch event

- 9 februari 2023
- **Thema:** Verpakken, het kan anders (i.s.m. POM West-Vlaanderen en VIVES hogeschool)
- **Programma:** Dieper ingang op hoe overstappen van wegwerp naar hergebruik, belang van standaardisatie, mogelijkheden voor kwaliteitscontroles. Uitwisseling met Valipac & FAVV.



Netwerkevent

- 16 oktober 2023
- **Thema:** Refill
- **Programma:** Getuigenissen over projecten rond refillstations voor detergents en voor softdrinks (Mustela, Ecover en Coca-Cola), panelgesprek

In dit laatste jaar van de Green Deal Anders Verpakt werden de projecten afgerond. De deelnemende en ondersteunende partijen hebben hun resultaten gedeeld en hun doelstellingen geëvalueerd. De focus van 2024 lag op disseminatie van informatie en het in de kijker zetten van projecten.



Netwerkevent

- 29 april 2024
- **Thema:** Netwerkevent
- **Programma:** Voorstelling projecten en studie (Twintag, Borro, Pack4Food, Flanders'Food, Textet)



Workshop

- 23 mei 2024
- **Thema:** Uitwisseling steden en gemeentes
- **Programma:** Hoe kunnen steden en gemeenten hun horecazaken ondersteunen in herbruikbare verpakkingen?



Workshop

- 5 februari 2024
- **Thema:** Wasfaciliteiten
- **Programma:** Hygiëne normen en wetgeving rond herbruikbare verpakking (FAVV en FOD volksgezondheid), brainstorming rond normering met de verschillende wasfaciliteiten



Netwerkevent

- 14 oktober 2024
- **Thema:** Op weg naar de finale
- **Programma:** Voorstelling projecten (Carrefour, DW Reusables en Swinkels Brewery, AP Hogeschool, Danone, Fair Ressource Foundation), toelichting eindrapportering



Thematisch event

- 18 november 2024
- **Thema:** Verpakt voor de toekomst: herbruikbare oplossingen voor de horeca
- **Programma:** Infosessie op de Horeca Expo over oplossingen voor herbruikbare verpakkingen in de horeca (Fost Plus i.s.m. GDAV)



Thematisch event

- 27 februari 2024
- **Thema:** Design thinking
- **Programma:** Methodiek en principes van design thinking toegepast op concrete projecten

Omdat het werk niet stopt, werden ook in 2025 nog evenementen georganiseerd, per thema of over de thema's.



Slotevent 3 juni 2025

- **Thema:** Slotevent
- **Programma:** Voorstelling van de leerlessen, successen en aanbevelingen van 'anders verpakken'



Workshop

- 25 januari 2025
- **Thema:** Uitwisseling take-away delivery
- **Programma:** Hoe horeca meekrijgen richting herbruikbare verpakkingen?



Workshop

- 13 februari 2025
- **Thema:** E-commerce
- **Programma:** Uitwerking van het proces en de logistiek bij het terugzenden van verpakkingen



Workshop

- 17 februari 2025
- **Thema:** Uitwisseling take-away delivery
- **Programma:** Hoe horeca meekrijgen richting herbruikbare verpakkingen? (vervolg)



Workshop

- 25 februari 2025
- **Thema:** Gedragsinzichten
- **Programma:** Inzichten in hefbomen en drempels bij herbruikbare verpakkingen

2.4 COMMUNICATIE

2.4.1 Boodschap GDAV verspreiden

De aanwezigheid van het coördinatieteam op extern georganiseerde webinars, seminars en congressen was van groot belang om de nieuwe trends rond het vermijden en hergebruiken van verpakkingen – zowel in binnen- als buitenland – van nabij op te volgen. Tegelijk bood dit de kans om de GDAV en de behaalde resultaten uit te dragen naar een breder publiek.

Zo werd de GDAV voorgesteld op diverse fora waaronder EMPACK (Mechelen), de masterclass

verpakkingen van Food Service Alliance (Leuven), de Reuse&Refill-beurs (Frankrijk), het ISWA-congres (Zuid-Afrika) en de Reusable Packaging Fair (Nederland). Daarnaast presenteerden GDAV-deelnemers hun projecten op onder meer de Green Deal Duurzame Zorg, een EU LIFE platform meeting rond preventie en het World Circular Economy Forum 2024.

Deelnemen aan beurzen en seminars leidde tot nieuwe inzichten, boeiende contacten en nieuwe ondertekenaars van de Green Deal.

2.4.2 (Pers)artikels

In de laatste drie jaar werd de Green Deal Anders Verpakt ongeveer vijftig keer vermeld in de pers. De media schonk niet alleen herhaaldelijke aandacht aan het initiatief zelf, maar ook aan verschillende projecten van de deelnemende partijen. Dit zorgde voor een goede visibiliteit en stimuleerde andere bedrijven om inspiratie te halen uit de pilootprojecten. Daarnaast publiceerde de initiatiefnemers van de GDAV tal van artikels op hun website en in magazines met als doel om zichtbaarheid te geven aan het initiatief zelf, aan interessante evenementen en om de eerste resultaten en inzichten van de Green Deal breed te kunnen delen.

In bijlage 5 is een overzicht opgenomen van de persartikels en de artikels afkomstig van de initiatiefnemers.

2.4.3 LinkedIn-groep

Om geïnteresseerden in het vermijden en hergebruiken van verpakkingen op de hoogte te houden van de gebeurtenissen binnen de Green Deal, interessante ontwikkelingen te delen en om bedrijven, organisaties, kennisinstellingen, overheden die op zoek zijn naar oplossingen met elkaar in contact te brengen, werd een [LinkedIn-groep](#) opgericht: Green Deal Anders Verpakt. Hier kunnen zowel ondertekenaars als niet-ondertekenaars van de GDAV lid worden.

Momenteel (20/5/2025) telt de LinkedIn-groep **496 leden**.

2.4.4 Nieuwsbrieven

Elk trimester (seizoen) werd een nieuwsbrief uitgestuurd naar de ondertekenaars van de GDAV: UPDATE.

Deze nieuwsbrief bevat informatie over komende events georganiseerd in het kader van de GDAV, interessante financieringsmogelijkheden, algemene informatie over de GDAV, ... Ook werden via dit kanaal projecten of thema's in de kijker gezet. Op de [website van de Green Deal Anders Verpakt](#) zijn de verschillende nieuwsbrieven terug te vinden.

2.4.5 Filmpjes

- [Anders Verpakt & Robuust](#) (i.s.m. Buurtsuper.be)
- [Take-away: kies herbruikbaar!](#)
- [Cosmetica: kies herbruikbaar!](#)
- [Online shoppen: kies herbruikbaar!](#)
- [Maaltijdbox: kies herbruikbaar!](#)
- Slotevent GDAV

2.5 PROJECTFINANCIERING GDAV

Om veelbelovende projecten te ondersteunen, lanceerde de GDAV op 7/6/2022 een projectfinanciering. In totaal werden 6 projecten goedgekeurd voor een totaalbedrag van 600.000 euro:

- KOMBAK (Ivago, stad Leuven en Fair Resource Foundation)
- Reusable Packaging System (RPS) (Smartmat en red-use on-the-go)
- Borro (Homegrown Ventures en deSter)
- Bulkproject detergenten (Ecover en Delhaize)
- Pizza Re-Imballagio (Mivas en Avamoplast)
- Herbruikbare verpakkingen voor gerechten binnen het delivery/take away ecosysteem (Bavet en Deliveroo)



3. SUCCESSEN

3.1 ALGEMEEN

Het Vlaamse instrument Green Deal biedt een omgeving waarin allerlei types organisaties het hoofd kunnen richten op een bepaalde thematiek binnen het traject naar een duurzamere samenleving. Het is een initiatief dat zowel bedrijven, overheden en onderzoeksinstituten de kans geeft om samen aan tafel te zitten en zich te buigen over potentiële oplossingen voor complexe maatschappelijke problemen. Dergelijke Green Deals halen kracht uit de vrijwillige aansluiting van het initiatief. Op deze manier wordt er een positieve en collegiale samenwerkingssfeer gecreëerd in een doorgaans competitieve omgeving.

Specifiek heeft deze Green Deal de aandacht aanzienlijk versterkt voor vernieuwende distributie- en consumptiemodellen, gericht op anders verpakken in plaats van eenmalige verpakkingen. Gedurende de periode van de Green Deal waren er weinig wetgevende verplichtingen met betrekking tot vermijden en hergebruik van verpakkingen en werd er bijgevolg vooral op pioniers gerekend. Toch stelden steeds meer ondernemers hun manier van verpakken in vraag.

Hoewel niet alle projecten in de praktijk zijn gerealiseerd of succesvol bleken, is het zaadje geplant: het onderwerp staat in de schijnwerpers, knelpunten zijn geïdentificeerd, (bestaande) oplossingen zijn onderzocht en nieuwe

ontwikkelingen getest. De diverse invalshoeken van de betrokken stakeholders binnen de Green Deal zorgden voor een grote meerwaarde. De Green Deal Anders Verpakt heeft een solide basis gelegd voor verdere samenwerkingen en innovaties.

Voor de ondertekenaars bood dit een extra kans om nieuwe mogelijkheden te ontdekken binnen hun bedrijf.

3.2 PUBLIEK-PRIVATE SAMENWERKING

De initiatiefnemers van de Green Deal Anders Verpakt vormden een interessante publiek-private samenwerking door federaties (Comeos, Detic, Fevia), een speerpuntcluster (VIL) en een overheid (OVAM) samen te brengen. Op deze manier kregen verschillende perspectieven binnen de distributieketen een stem.

Het betrekken van federaties en hun goede relaties met privébedrijven zorgde voor vertrouwen bij de deelnemende bedrijven. Het netwerk van deze federaties zorgde er ook voor dat de juiste mensen betrokken werden om deze Green Deal vorm te geven. Tegelijkertijd bood de betrokkenheid van de publieke partner OVAM toegang tot de beleidskant van de uitdaging rond 'anders verpakken'.

3.3 ONDERSTEUNING COÖRDINATIETEAM

Vanuit elke initiatiefnemer werd minstens één persoon afgevaardigd in het coördinatieteam. Dit team kwam wekelijks samen en werkte de GDAV praktisch uit: informeren van en draagkracht vinden bij potentieel deelnemende stakeholders, organiseren van netwerk mogelijkheden, coördineren, inhoudelijke opvolging en ondersteuning, het in kaart brengen en proberen wegwerken van knelpunten, communicatie, doorverwijzen naar de geschikte actoren, enzovoort.

Daarnaast volgde het coördinatieteam de verschillende trends binnen het onderwerp nauwgezet op, zowel in binnen- als buitenland.



“Jullie zijn een mooi complementair team dat zeer toegankelijk is voor vragen en altijd klaarstond wanneer nodig. Jullie enthousiasme is jullie grootste troef en was dé driver van de GDAV.”

3.4 SPECIFIEKE FOCUS OP VERMIJDEN EN HERGEBRUIK VAN VERPAKKINGEN

In het debat rond de verpakkingsproblematiek wordt recyclage vaak naar voor geschoven als dé oplossing in plaats van één van de mogelijke oplossingen. Omdat Vlaanderen (en België) al een goed ontwikkeld recyclagesysteem heeft en bedrijven hier vertrouwd mee zijn, vraagt het extra tijd en middelen om ook andere businessmodellen te gaan verkennen, wat zorgt voor weerstand.

Wanneer de focus enkel ligt op vermijden en hergebruik van verpakkingen, zoals bij de GDAV, krijgen businessmodellen die meer veranderingen vereisen, specifieke aandacht. Bovendien gaf de ondertekening van de convenant in veel gevallen medewerkers binnen ondernemingen of organisaties ruimte om oplossingen te zoeken en samen te werken met andere pioniers.

Er is veel kennis verworven en we zijn tot nieuwe inzichten gekomen over het onderwerp. De GDAV fungeerde als een platform voor het opdoen van noodzakelijke inspiratie en het leggen van een basis, gestaafd op praktische ervaringen voor de ontwikkeling van innovatieve ideeën.

3.5 VERPLICHT UITVOEREN PILOOTPROJECT

Ondertekenaars engageerden zich tot het uitvoeren van een pilootproject (deelnemende partij) of het ondersteunen van een activiteit binnen de GDAV of een pilootproject (ondersteunende partij). Dit zorgde ervoor dat er niet louter theoretisch werd nagedacht over de effectieve implementatie, maar dat er ook in de praktijk werd getest. Ondertekenaars ondervonden daardoor de belemmeringen en uitdagingen van het 'anders verpakken' vanop de eerste rij. Op deze manier was er een hands-on aanpak en werd er ook snel geschakeld om op zoek te gaan naar oplossingen. De pilootprojecten,

waarvan sommige succesvol en andere minder goed verliepen, hebben ons waardevolle inzichten gegeven in de noden om deze modellen op grotere schaal succesvol uit te rollen.

Het engagement tot het effectief uitvoeren van een pilootproject zorgde in eerste instantie misschien tot het moeizamer aantrekken van geïnteresseerde organisaties, maar leidde uiteindelijk tot een groep waarin er geen ruimte was voor free-riders. De focus lag op het 'doen' en hierbij diende elke deelnemer het 'vallen en opstaan' te omarmen.

3.6 EVENEMENTEN

Binnen de Green Deal Anders Verpakt was het organiseren van evenementen een centraal gegeven. Deze evenementen bevorderden de samenwerking en zorgden voor waardevolle nieuwe contacten. Het eerste jaar van de GDAV bestond erin om deze basis te leggen, maar ook later in de tijd ontstonden nieuwe samenwerkingen.

Daarnaast boden de evenementen een platform voor kennisdeling, ervaringsuitwisselingen en het ontstaan van unieke ideeën. Ze boden een podium voor het uitwisselen van informatie over lopende projecten, projecten in ontwikkeling en nieuwe initiatieven. Deze evenementen gaven inzichten in zowel de uitdagingen als de praktische

toepasbaarheid van oplossingen, wat cruciaal was om gericht aan de slag te gaan.

Er kwam een breed scala aan onderwerpen aan bod en verschillende inspirerende sprekers deelden hun verhalen. Er was altijd ruimte voor het stellen van vragen. De evenementen brachten allerhande stakeholders samen, waaronder lokale besturen, bedrijven en kennisinstellingen, en werden soms per sector geclusterd (horeca, retail, etc.). De inspirerende verhalen en plaatsbezoeken fungeerden als katalysator voor nieuwe ideeën en samenwerkingen.

Een belangrijke ondervinding: een evenement hoeft niet veel te kosten om waardevol te zijn.

“Ik ben nog nooit zo lang op netwerk sessies blijven hangen als die van de GDAV. De agenda van elk event was steeds echt interessant, dus het voelde echt als een gemiste kans als ik er eens een niet kon bijwonen. ”

3.7 COMMUNICATIE

Om het netwerk actief te houden was goede communicatie noodzakelijk: het actief opvolgen van projecten, communicatie over aankomende en gepasseerde evenementen, kennisdeling, enzovoort.

Ook de communicatie naar de buitenwereld zorgde ervoor dat het thema 'anders verpakken'

prominenter besproken werd. Bij belangrijke gebeurtenissen zoals de ondertekening van de convenant of het voortgangsrapport werd een persbericht uitgestuurd. Ook de deelnemers zelf deelden hun trots over de lopende projecten aan de hand van sociale media, krantenartikelen of eigen persberichten.

3.8 FINANCIËLE KADER

Een Green Deal in Vlaanderen ontvangt geen directe financiële ondersteuning van het Departement Omgeving. De GDAV vond financiële middelen (1,76 miljoen euro) via de reserves opgebouwd uit de verplichte bijdrage van de verpakkende industrie aan het beleid van de gewesten inzake preventie en beheer van verpakkingsafval (artikel 13§1.12° ISA verpakkingen) en het LIFE Cmartlife project (80.000 euro). Deze middelen werden verdeeld over verschillende posten: 'personeel', 'evenementen', 'communicatie', 'expertise' en 'projecten'.

In dit kader konden onder andere bij Fevia, Comeos, Detic en VIL een halve VTE en bij de OVAM één VTE worden aangeworven om specifiek de taken met betrekking tot de GDAV uit te voeren. Dit was een grote meerwaarde om de Green Deal

op een kwaliteitsvolle manier te kunnen opzetten en nadien actief te houden.

Dankzij deze financiële middelen kon ook een oproep gelanceerd worden om zes projecten te financieren, met een maximum van 100.000 euro per project. Dit maakte deze Green Deal Anders Verpakt een unieke Green Deal. Het zorgde ervoor dat meer deelnemers geïnteresseerd raakten in het initiatief en stimuleerde hen om een kwalitatief projectvoorstel uit te werken om kans te maken op de financiering.

Ondernemingen die naast de financiering grepen, hadden al veel werk verricht in het uitdenken van hun project. Zij die interesse hadden, werden verder begeleid door vzw Bedrijfstrajecten voor een eventuele andere piste van financiering.

3.9 DE GDAV ALS SPRINGPLANK

Vanuit het netwerk en tijdens de looptijd van de GDAV zijn verschillende nieuwe projecten en partnerschappen ontstaan waaronder RePaCo, Value4Pack, rePACE, Levensduurverlenging fruitkisten – Unending, HERPAK en STRAP (zie bijlage voor meer info). Bovendien zijn er verschillende nieuwe partnerschappen afgesloten tussen ondertekenaars van de GDAV.

Binnen de deelnemende bedrijven zelf is er een grotere aandacht ontstaan voor anders verpakken. Bestaande verpakkingen worden kritisch geëvalueerd en in sommige ondernemingen is het thema structureel opgenomen in hun dagelijkse werking. Ook deelnemende steden moedigen ondernemingen op hun grondgebied actief aan om hun verpakkingen onder de loep te nemen. Tot slot hebben kennisinstellingen het onderwerp sterker verankerd in hun lessenspakketten en algemene werking.



**“Een onderdompeling in een
voor ons onbekende maar
zeer boeiende wereld.”**

4. INZICHTEN EN LEERLESSSEN

4.1 ALGEMEEN

Transitie heeft tijd nodig. In Vlaanderen (en België) hebben we een efficiënt recyclagesysteem opgebouwd. Al meer dan 25 jaar zetten we in op het inzamelen, sorteren en recyclen van eenmalige verpakkingen. Door voortdurende innovatie en investeringen hebben we een uiterst performant, geschaald systeem gecreëerd waardoor we nu tot de wereldtop behoren.

Het vermijden en hergebruiken van verpakkingen verdient dezelfde kansen. We hoeven het wiel niet opnieuw uit te vinden: we kunnen voortbouwen op de solide basis die al bestaat, zowel voor eenmalige verpakkingen, als voor herbruikbare verpakkingen – denk bijvoorbeeld aan het hergebruikssysteem voor bierflessen of de gepoolde B2B-bakken in de retailsector.

Met de GDAV verdere belangrijke stappen gezet. De overstap van eenmalige naar herbruikbare verpakkingen vereist een **verandering van het ondernemingsmodel** en een **heroverweging van consumptiepatronen op maatschappelijk niveau**. Systemen moeten zo ontworpen worden dat klanten en consumenten de transitie naar herbruikbare verpakkingen (willen) maken en dat ze inclusief en toegankelijk zijn voor een breed publiek. Nieuwe technologieën moeten ontwikkeld worden, bij voedingswaren en cosmeticaproducten dienen hygiëne gegarandeerd te blijven, samenwerkingen moeten tot stand komen en zo meer.

De Ellen MacArthur Foundation onderscheidt vier modellen voor hergebruik.

Ellen MacArthur Foundation, The four reuse models



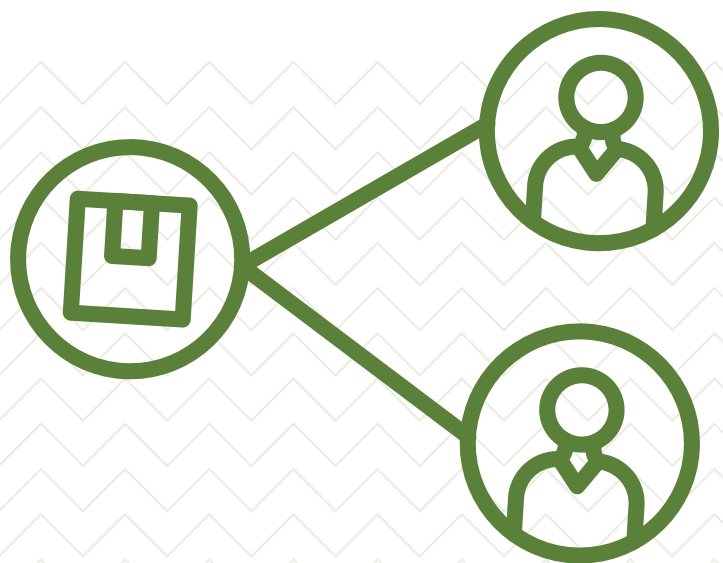
Het eigenaarschap van de verpakking beïnvloedt het verdere verloop van het proces, zoals de organisatie van de logistiek of het waarborgen van veiligheid. In sommige systemen blijft de consument eigenaar van de verpakking gedurende het hele gebruik (Bring-Your-Own). In andere gevallen verschuift het eigenaarschap afhankelijk van het systeem of wordt het eigenaarschap ondergebracht in een 'Product-as-a-Service'(PAAS)-structuur, waarbij de verpakking eigendom blijft van een dienstverlener en als dienst wordt aangeboden.

De implementatie vraagt **om gerichte ondersteuning**, samenwerking en oplossingen voor de obstakels die zich in de praktijk voordoen. De core business van de meeste ondernemingen is immers niet het verkopen van verpakkingen, maar van producten. Dit resulteert bij de ontwikkeling van verpakkingen tot een spanningsveld tussen verschillende ambities zoals marketing, duurzaamheid of productbescherming. De brede waaier aan functionaliteiten van verpakkingen zorgt er daardoor niet altijd voor dat innovatie gericht op vermijden en hergebruik van verpakkingen wordt geprioriteerd.

Momenteel vinden initiatieven vaak plaats in nichesectoren, elk met hun eigen karakteristieken.

Er zijn first movers, een groep van partijen die willen innoveren en verschillende initiatieven opzetten rond het vermijden en hergebruiken van verpakkingen. Dankzij deze pioniers is veel kennis opgedaan rond het onderwerp en een draagvlak gecreëerd.

Om dergelijke circulaire businessmodellen te kunnen opschalen, blijkt **schaalvergroting** cruciaal. Hiervoor zijn **systeemaanpassingen** nodig. Ondernemingen blijven vaak binnen de cocon van wat ze zelf kunnen veranderen. De grote verscheidenheid aan verpakkingsformaten bemoeilijkt bijvoorbeeld de opschaling van businessmodellen en samenwerking tussen actoren. Hoewel elke sector (horeca, retail, e-commerce, enzovoort) zijn specifieke problemen en drempels heeft, zijn er veel gelijkaardige uitdagingen die eenzelfde oplossing vereisen. Sectoroverschrijdend zoeken naar gedeelde oplossingen is een must. En door de verscheidenheid aan producten is er een mix aan oplossingen nodig die op elkaar zijn afgestemd.



Maar niet elke omschakeling hoeft ingewikkeld te zijn. Voor sommige producten, zoals het aanbieden van groenten en fruit in bulk, zijn de aanpassingen in de distributieketen beperkt. Voor veel consumenten is deze praktijk ook al ingeburgerd. Dit soort minder ingewikkelde veranderingen draagt al bij tot een vermindering van het aantal eenmalige verpakkingen en dient als inspirerend voorbeeld voor andere producten.

De belangrijkste drijfveer om al dan niet in te zetten op herbruikbare verpakkingen is het **economische aspect**. Beslissingen over investeringen worden meestal genomen op basis van korte termijnperspectieven en financiële argumenten. Niet alle ondernemingen hebben de cashflow om op korte termijn financiële risico's aan te gaan die niet wettelijk verplicht zijn en waarvan het succespercentage onzeker is. Veranderingen binnen de onderneming mogen vaak niet leiden tot meer werk en hogere kosten. Bij nieuwe businessmodellen is het vaak moeilijk om de impact en de investeringen vooraf te identificeren en kwantificeren. Bovendien liggen de kosten voor systemen met herbruikbare verpakkingen vaak nog hoger dan voor eenmalige verpakkingen.

Daarnaast zijn **regelgeving, bewustwording en praktische begeleiding** essentieel voor een succesvolle transitie naar minder verpakkingen en herbruikbare verpakkingen.

De **milieu-impact** van systemen met herbruikbare verpakkingen wordt vaak in twijfel getrokken. In het kader van de GDAV viel onderzoek hiernaar **niet binnen onze doelstellingen**. Dit komt onder andere doordat het moeilijk is om een zeer efficiënt bestaand systeem van eenmalige verpakkingen te vergelijken met een suboptimaal systeem dat nog in zijn kinderschoenen staat. Bovendien zijn de sectoren binnen de GDAV te uiteenlopend om kwalitatieve uitspraken te

doen. Veel herbruikbare verpakkingssystemen zijn momenteel ook nog niet beter voor het milieu. Binnen de GDAV werd gezocht naar oplossingen voor hoe zo'n systeem efficiënt kan worden opgezet met minimale milieu-impact. Ook nu moeten we naar oplossingen zoeken en innoverend denken. Het kan immers niet de bedoeling zijn dat herbruikbare verpakkingen worden gebruikt alsof het een eenmalige verpakking is.



4.2 SAMENWERKING EN MEDEWERKING

Het realiseren van een levensvatbare business case voor herbruikbare verpakkingen is een uitdaging voor individuele partijen. Door de krachten te bundelen met verschillende stakeholders, zowel doorheen de keten als tussen concullega's en concurrenten, kunnen economisch haalbare oplossingen tot stand komen. **Samenwerking is de sleutel.** Het is door gezamenlijke inspanningen dat innovatieve verpakkingssystemen kunnen worden ontwikkeld die zowel economisch als ecologisch voordelig zijn.

Samenwerking tussen ondernemingen is vaak een uitdaging, vooral omdat het niet in hun DNA ligt en de mededingingswetgeving beperkingen oplegt. Dit maakt het moeilijker om gezamenlijke oplossingen rond hergebruik te ontwikkelen. **Voor een goed functionerend en interoperabel systeem is een zekere mate van afstemming essentieel,** met name op gebied van standaardisatie en het bepalen van het niveau van de waarborg. Hoewel dit in pilootomgevingen en testfases doorgaans geen probleem vormt, ontstaan er bij opschaling en in reële omgevingen vaak onzekerheden. Conformiteit met de mededingingswetgeving moet dan verzekerd zijn.

Om een project succesvol uit te voeren, is een **transversaal en toegewijd projectteam** essentieel. Dit team moet bestaan uit experts uit verschillende disciplines zoals duurzaamheid, R&D, marketing, logistiek en sales, en moet actieve ondersteuning krijgen van het management. Binnen ondernemingen is het ook cruciaal om medewerkers te overtuigen van het belang van het project, wat vaak niet meteen lukt.

Medewerkers moeten ook de ruimte krijgen om aan de transitie te werken en kennis uit te wisselen; het mag niet gezien worden als een tussendoortje. Dit betekent ook dat het succes van dergelijk project niet afhankelijk mag zijn van het enthousiasme van slechts één persoon. Bij vertrek van een medewerker moet dan ook opvolging verzekerd zijn. Enkel met de juiste tijd en middelen kunnen zij zich volledig inzetten voor de verandering en bijdragen aan het succes van het project.

Het is duidelijk dat projecten met herbruikbare verpakkingen vaak een **breed scala aan partners** vereisen. De eerste stap is het vinden van de juiste partners. Een proces dat versterkt kan worden door het samenbrengen van verschillende stakeholders binnen de keten. Zodra de partners



gevonden zijn, is het essentieel om vanaf het begin tot een **onderling akkoord** te komen. Dit is een noodzakelijke maar vaak tijdrovende stap.

De belangen van de verschillende stakeholders kunnen sterk uiteenlopen, wat de samenwerking bemoeilijkt. Bovendien wordt de samenwerking tussen concullega's soms als bedreigend ervaren, wat de snelheid van innovatie kan vertragen. Toch is het net door deze samenwerking dat we de grootste vooruitgang kunnen boeken. Een oplossing kan liggen in het betrekken van een meer neutrale partij.

De marktmaturiteit moet nog verder groeien om een succesvolle transitie naar herbruikbare verpakkingen te realiseren. Niet elke schakel in de keten is even progressief, en sommige partijen kunnen niet evenveel tijd en middelen investeren in de transitie. Voor velen is het ook nog een ver-van-mijn-bed-show. Dit zorgt voor een vertraging in het proces. Om deze uitdaging te overwinnen is het essentieel om te blijven **investeren in bewustwording**. Door alle betrokken partijen te ondersteunen en te stimuleren, kan de markt gezamenlijk rijpen en versnellen we een toekomst richting minder eenmalige verpakkingen.

Teamwork makes the dream work!

4.3 BUSINESSMODEL

Overstappen van een eenmalige verpakking naar geen of een herbruikbare verpakking vergt hoe dan ook een **verandering van businessmodel**. Bij herbruikbare verpakkingen komt er een grotere verantwoordelijkheid te liggen bij het logistieke en administratieve aspect van het businessmodel. Verpakkingen moeten terugkeren naar leveranciers, moeten doorheen een wasproces en moeten opnieuw hervuld worden. Dit leidt tot een complexiteit die vaak buiten de comfortzone van de onderneming valt.

Economisch gezien moeten herbruikbare verpakkingen voor elke stakeholder in de keten **minstens even voordelig zijn als eenmalige verpakkingen**, of zelfs voordeliger. Dit is niet evident in een markt waar eenmalige verpakkingen zeer goedkoop zijn en de eindverkoper zich na verkoop van zijn product geen zorgen meer hoeft te maken over de verpakking. Toch kunnen herbruikbare verpakkingen op termijn voordeliger uitkomen (lagere kosten door hergebruik, verminderde kost afvalverwerking, ...). Ondernemingen moeten de tijd nemen om een analyse te maken van de kostenstructuur op langere termijn en niet enkel focussen op de opstartkost. Bijkomend heerst de perceptie vanuit maatschappelijk oogpunt dat afval geen geld kost.

Herbruikbare verpakkingen moeten **niet alleen op de kostprijs van de verpakking geëvalueerd worden**. Het is belangrijk om ook andere factoren in overweging te nemen die in het voordeel kunnen zijn van herbruikbare verpakkingen: bij een circulaire flow van herbruikbare verpakkingen is er soms minder opslagruimte en minder personeel nodig. In sommige gevallen zorgt dit ook voor een loyaliteit van de klant aangezien ze terugkomen met hun verpakking. Het is dus belangrijk om het volledige economische plaatje te evalueren bij het maken van beslissingen.

Bij het op de markt brengen van herbruikbare verpakkingen is het essentieel om te voorkomen dat deze als een eenmalige verpakking worden gebruikt. Dit kan worden bereikt door **een effectief systeem op te zetten dat retourmogelijkheden, wassen en het herverdelen van de verpakkingen omvat**, zodat de verpakkingen daadwerkelijk hergebruikt worden. Een andere optie is om aan te sluiten bij een bestaand logistiek systeem.

Hergebruik vereist **een extra reverse logistics** proces, vergelijkbaar met wat Fost Plus doet voor eenmalige verpakkingen zoals de ophaling van papier en karton en pmd- voor recyclage. Een belangrijk aspect dat nog niet is uitgeklaard, is hoe de extra kosten voor de handling van herbruikbare verpakkingen binnen de keten gedragen zullen worden.

Verpakkingsproducenten opereren vandaag in een markt die gericht is op het maximaliseren van de verkoop van eenmalige verpakkingen. Bij de overstap naar hergebruik verandert dit fundamenteel: het doel wordt dan om **verpakkingen zo lang mogelijk in omloop te houden**, wat leidt tot een daling in het aantal verkochte eenheden. Verpakkingsproducenten moeten dus bereid zijn hun rol te herzien en te investeren in verpakkingen die zo veel mogelijk rotatiecycli kunnen doorstaan, bijvoorbeeld door over te stappen op het leasen van verpakkingen in plaats van enkel verkoop.

Voor zowel de consument als binnen de bedrijfsvoering moeten de **gemaksvoorwaarden voor het gebruik van herbruikbare verpakkingen vergelijkbaar zijn met die van eenmalige verpakkingen**. Als dit niet haalbaar is, moeten er aanvullende maatregelen genomen worden om hetzelfde gevoel van gemak te creëren.

4.3.1 Mentaliteitswijziging bij alle schakels in de keten

Waar je nu je producten koopt in een eenmalige verpakking en deze vervolgens in de blauwe zak gooit, vraagt een systeem met herbruikbare verpakkingen om een verandering in je routine. Je moet er namelijk aan denken om deze te retourneren in een systeem dat nog niet optimaal is ontwikkeld. **De klant is nog niet voldoende vertrouwd met nieuwe systemen**. Anderzijds zijn de **systemen die op de markt worden gezet nog niet allemaal voldoende toegankelijk, gebruiksvriendelijk en betaalbaar voor de klant**.

Een bijkomende uitdaging is het **perceptieprobleem** rond om duurzaamheid en hergebruik. Hoewel klanten aangeven bereid te zijn hun producten in herbruikbare verpakkingen te kopen, bestaat er vaak een kloof tussen bereidheid en daadwerkelijke actie. Duurzaam wordt vaak gezien als minder effectief, duurder en meer moeite. Hergebruik van verpakkingen wordt geassocieerd met ongemak, complexiteit en extra verantwoordelijkheid voor het individu. Daarnaast staan consumenten niet altijd te springen om nieuwe technologieën zoals refill-machines en apps uit te proberen, uit angst voor het onbekende of om iets verkeerd te doen. Met de juiste systeemaanpak kunnen deze drempels overwonnen worden.

Gedragsverandering vraagt tijd en gewoontes kunnen veranderen wanneer de juiste (on)bewuste drijfveren worden ingezet, zoals:

- **Gemak**

Het veranderen van gedrag zal het gemakkelijkst gaan in een systeem dat herbruikbare verpakkingen net zo eenvoudig maakt als eenmalige verpakkingen.

Een gebruiksvriendelijke ervaring is essentieel, zowel voor de consument als voor de onderneming. Oplossingen moeten gevonden worden in de manier waarop waarde gegeven wordt aan de verpakking, het terugbrengen van de verpakking en de aankoop.

- **Prijs**

Een klant zal niet snel kiezen voor een duurdere optie of voor een nieuw, onbekend systeem aan dezelfde prijs maar dat mogelijk meer moeite kost. Om hierop in te spelen, zijn prijsincentives een effectieve strategie. Denk bijvoorbeeld aan het betalend maken van eenmalige verpakkingen of het geven van korting of beloningspunten op de getrouwheidskaart bij gebruik van herbruikbare verpakkingen.

- **Informereren**

Er is behoefte aan communicatie op verschillende niveaus om het gebruik van herbruikbare verpakkingen te bevorderen:

- **Algemene communicatie**

Een breed publiek warm maken voor herbruikbare verpakkingen kan worden bereikt via een goed opgezette campagne. Het inzetten van social media en influencers kan hierbij een grote rol spelen.

- **Communicatie naar de klant**

Klanten moeten eerst en vooral weten dat herbruikbare verpakkingen een optie zijn. Daarnaast moeten ze informatie krijgen over het concept, de voordelen en de werking. Om succesvol op te schalen, is de medewerking van eindverkopers essentieel. Zij moeten klanten overhalen en herbruikbare verpakkingen aantrekkelijk aanbieden, zowel visueel als mondeling.

- **Communicatie binnen ondernemingen**

Ook binnen de bedrijfsvoering vergt een nieuw systeem met herbruikbare verpakking in het begin een aanpassing. Naast duidelijke informatie binnen de hele onderneming (van hiërarchie tot productie) over het concept, de voordelen en de werking, moeten betrokken medewerkers ook duidelijke instructies krijgen over hun specifieke taken. Bij personeelwisseling moeten extra inspanningen geleverd worden om ervoor te zorgen dat nieuwe medewerkers de juiste en nodige informatie krijgen.

Communicatie kan plaatsvinden via duidelijke brochures, informatieve posters, demo-instructiefilms op schermen. In de beginfase is ook een persoonlijke benadering noodzakelijk, waarbij tijd wordt genomen om klanten aan te spreken en hen te begeleiden in het proces. Gezien dit buiten de reguliere werking valt, is het mogelijk dat extra personeelskosten nodig zijn.

Herhaling is cruciaal om de nodige gedragsverandering te realiseren. Door regelmatig informatie te herhalen en te benadrukken, wordt het bewustzijn vergroot en worden nieuwe gewoontes versterkt.

- **Sensibiliseren**

Inspirerende verhalen en duidelijke informatie kunnen een krachtige manier zijn om klanten en ondernemingen bewust te maken over herbruikbare verpakkingen en hen te motiveren om over te schakelen. Een andere manier van mensen betrekken is door een wedstrijd voor klanten of binnen de onderneming te organiseren.

Ook aansporing van buitenaf kan een extra stimulans zijn, zoals bijvoorbeeld lokale overheden die ondernemingen op het grondgebied actief stimuleren om in te zetten op herbruikbare verpakkingen.

- **Positieve framing**

Het benadrukken van de voordelen van herbruikbare verpakkingen kan helpen om de soms negatieve perceptie te weerleggen.

Door deze verschillende strategieën te combineren, zullen mensen worden aangemoedigd om te kiezen voor de hergebruikoptie en hun consumptiepatronen veranderen.

4.3.2 Enkel opschaalbaar is haalbaar

Vanuit milieuoogpunt is een **optimaal hergebruikssysteem essentieel** aangezien er minder verpakkingen en dus grondstoffen verloren gaan. Om de concurrentie aan te gaan met de lage kostprijs van eenmalige verpakkingen, moeten er veel meer herbruikbare verpakkingen in omloop komen.

Hoe groter de schaal, hoe lager de prijs per verpakking omdat de kosten over meer eenheden verdeeld kunnen worden. Dit is ook belangrijk wanneer verpakkingen extern afgewassen worden. Er zijn verschillende wasfaciliteiten die herbruikbare verpakkingen wassen, maar de volumes moeten stijgen om deze installaties volledig operationeel te houden.

Daarnaast biedt schaal het voordeel dat meer mensen in contact komen met herbruikbare verpakkingen, wat de transitie kan versnellen door een bredere bewustwording en betrokkenheid.

Bij grotere schaal vormt de rotatietijd een obstakel bij producten met een lange houdbaarheid. Er zou een enorme voorraad aan herbruikbare verpakkingen moeten worden opgebouwd in afwachting van de terugkeer van de verpakking. Door eenzelfde verpakking te gebruiken door verschillende producenten (in bijvoorbeeld een poolingsysteem) creëer je een grotere marge.

4.3.3 Standaardisatie

Het succes van herbruikbare verpakkingssystemen ligt in het aanbieden van een beperkt aantal standaardverpakkingen en technologische oplossingen die gedeeld worden door verschillende stakeholders in de keten. Op die manier blijven de logistieke en operationele processen bij consument, retail en producent beheersbaar. Standaarden verhogen immers de efficiëntie, verlagen de (instap) kosten en bevorderen opschaling.

4.3.4 Ecodesign verpakking

Verpakkingen vervullen meerdere functies: ze zorgen voor betere stapelbaarheid, stockage en beschermen het product dat ze dragen, dienen als communicatie richting de klant of gebruiker van de inhoud, verbeteren het draagcomfort en garanderen een betere hygiëne. Voor producten met een houdbaarheidsdatum kunnen verpakkingen de houdbaarheid verlengen of koeling garanderen.

Bij het ontwerp van verpakkingen moet rekening gehouden met het gebruikte materiaal – elk materiaal heeft zijn eigen specifieke voor- en nadelen – en de afmetingen – primaire verpakkingen moeten passen in secundaire verpakkingen, die op hun beurt in tertiaire verpakkingen moeten passen. Daarnaast moeten verpakkingen praktisch hanteerbaar en niet te zwaar zijn. Tot slot is het belangrijk dat bij einde levensfase de verpakking hoogwaardig gerecycleerd kan worden.

Eenmalige verpakkingen zijn al geoptimaliseerd in functie van bovenstaande noden.

Bij de ontwikkeling van herbruikbare verpakkingen mogen de noodzakelijke functies niet verloren gaan en is het dus belangrijk dat een standaard ontwikkeld wordt door of in samenwerking met de producenten. Daarnaast stellen herbruikbare verpakkingen extra eisen. Ze worden doorgaans zo ontworpen dat ze geschikt zijn voor het verpakken van meerdere producten.

Ze moeten stevig zijn om zoveel mogelijk gebruikscycli te kunnen doorstaan zonder gebroken of verkleurd terug te komen. Ze moeten eveneens bestand zijn tegen industriële wasprocessen en goed drogen. Nestbaarheid (het in elkaar passen van verpakkingen) of inklapbare verpakkingen zijn belangrijk om bij retour zo min mogelijk ruimte in te nemen. Het moet mogelijk zijn om branding aan te passen zodat eenzelfde verpakking door verschillende merken kan worden gebruikt. Het ontwerpen van de ideale herbruikbare verpakkingen vormt een extra uitdaging voor designers, omdat dezelfde verpakking voor verschillende producten geschikt moet zijn.

Bij de ontwikkeling van verpakkingen of het kiezen van een verpakking is het ook essentieel om van in het begin wasfaciliteiten te betrekken, zodat de verpakking in de toekomst optimaal gereinigd kan worden ("design-for-cleaning"). Hoekjes en kantjes kunnen bijvoorbeeld het droogproces bemoeilijken, wat extra tijd en energie kost.

Producenten willen graag dat hun verpakkingen aantrekkelijk zijn om de verkoop te stimuleren. Maar als de verpakking te mooi of te handig is en de waarde van de verpakking niet hoog genoeg, kan de klant geneigd zijn deze te houden om deze zelf verder te gebruiken of soms zelfs als collector item. Het is een delicate balans om verpakkingen te ontwerpen die zowel aantrekkelijk genoeg als functioneel zijn, maar die ook duidelijk aangeven dat ze bedoeld zijn om teruggebracht te worden.

4.3.5 Technologische innovaties en interoperabiliteit

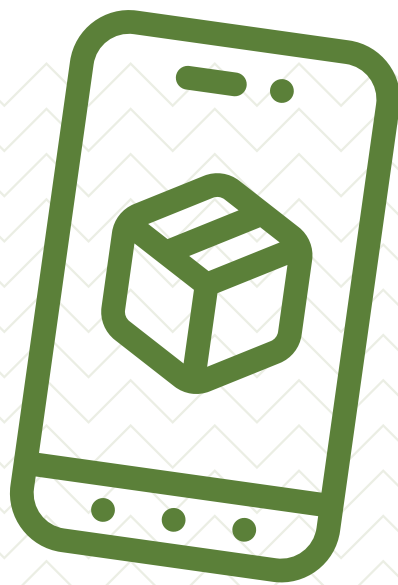
Technologie kan de administratieve last verminderen, bijvoorbeeld bij het opvolgen en traceren van herbruikbare verpakkingen. Digitale ondersteuning biedt ook mogelijkheden voor interactie met de gebruiker. Maar niet iedereen kiest voor een technologisch systeem, aangezien de ontwikkeling en integratie in bestaande systemen vaak complex en niet goedkoop is. Bovendien is het betrekken van klanten in het digitale aspect van herbruikbare verpakkingen geen gemakkelijke opgave. Klanten worden overspoeld met verzoeken om accounts aan te maken, en er is een groeiend wantrouwen ten aanzien van het delen van persoonsgegevens, zeker wanneer het gaat om bankinformatie. Toch is de koppeling tussen klant en verpakking belangrijk, bijvoorbeeld bij systemen voor de terugbetaling van waarborgen, omdat dit kan leiden tot meer gebruiksgemak.

Momenteel worden verschillende soorten datadragers ingezet zoals barcodes, QR-codes en RFID, met elk hun eigen voor- en nadelen. Barcodes zijn goedkoop, eenvoudig te implementeren en breed geaccepteerd, maar vereisen een zichtlijn om te scannen en kunnen slechts een beperkte hoeveelheid data opslaan. QR-codes zijn eveneens goedkoper, kunnen meer data opslaan en zijn eenvoudig te scannen, zelfs met smartphones, maar vereisen handmatige scanning. RFID-chips kunnen nog meer data opslaan en kunnen verpakkingen op afstand traceren, maar zijn duurder en de implementatie is complexer. Bovendien voegen ze extra grondstoffen toe aan de verpakking en wordt recycling op het einde van de levensfase bemoeilijkt. Afhankelijk van de specifieke behoeften in elk proces zal een combinatie van datadragers nodig zijn.

Daarnaast worden er vanuit verschillende initiatieven apps of stand-alone systemen ontwikkeld die zowel consument, producent als logistiek verantwoordelijke ondersteunen bij het beheer van herbruikbare verpakkingen.

Cruciaal is om te werken naar een interoperabiliteit tussen applicaties (en data) bij systemen, partners en sectoren. Ook voor de Europese Unie vormt dit een hoofdthema met het Digitaal Product Paspoort als hoeksteen project. Dankzij open standaarden kan software naadloos met elkaar communiceren en gegevens uitwisselen en is het systeem bijgevolg toegankelijk voor een breed publiek. Een gedeeld platform kan ook achterliggend variatie bieden. Dit zorgt voor een schaalbare en kostendrukkende implementatie.

Technologie moet ook kunnen integreren in reeds bestaande systemen zoals kassasystemen, vergelijkbaar met hoe Banksys alle betalingen in België regelt. Bovendien biedt technologie de mogelijkheid om bestaande, minder performante systemen om te vormen tot meer performante systemen.



De markt van datadragers en datalezers is volledig in ontwikkeling. Momenteel wordt gewerkt aan geavanceerde oplossingen zoals het automatisch terugstorten van waarborgen en het in bulk scannen van meerdere verpakkingen.

Het integreren van een verzendoptie met herbruikbare verpakking in een webshop vraagt om technische aanpassingen. Sommige leveranciers bieden hiervoor plug-ins aan die compatibel zijn met bestaande e-commerce platformen.

Een mooi voorbeeld van out-of-the-box denken is de ontwikkeling van een refill-machine waarbij enkel de dop gestandaardiseerd moet zijn. Door de dop te standaardiseren, kunnen verschillende merken dezelfde refill machine gebruiken en hun unieke flesontwerp behouden. Dit betekent dat retailers niet voor elk merk een aparte machine hoeven te plaatsen, terwijl merken hun identiteit behouden.

4.3.6 Logistiek proces

De bestaande processen voor eenmalige verpakkingen zijn vaak geoptimaliseerd voor een efficiënte uitgaande logistieke flow. Bij herbruikbare verpakkingen moet het logistieke proces herdacht worden rekening houdend met een retourflow. Dit betekent dat er niet alleen aandacht moet zijn voor de uitgaande stroom van producten, maar ook voor de terugkeer van de verpakkingen.

Het is belangrijk om de operationele complexiteit bij implementatie tot een minimum te beperken. Veel ondernemers willen ontzorgd worden als het gaat om de introductie van herbruikbare verpakkingen en zijn op zoek naar een gebruiksvriendelijk en kant-en-klaar systeem met minimale impact op hun interne werking. In dit kader biedt het concept 'Packaging-as-a-Service' een oplossing, waarbij bedrijven verpakkingsoplossingen huren of leasen in plaats van te kopen. Dit model vermindert de operationele lasten door gespecialiseerde diensten aan te bieden voor ontwerp, logistiek, reiniging en onderhoud, waardoor bedrijven zich kunnen concentreren op hun kernactiviteiten.

Ook maatwerkbedrijven kunnen hier een rol spelen. Vandaag worden deze vaak ingezet voor het herpakken van producten of het verpakken in promoverpakkingen. Aangezien dergelijke verpakkingen in de toekomst verboden worden, zijn deze organisaties op zoek naar nieuwe kansen. Bijdragen aan de rotatiecycli van herbruikbare verpakkingen, zoals het uitsorteren of het opereren van een wasstraat, biedt maatwerkbedrijven opnieuw werkgelegenheid.

Tenzij in geval van leveringsproblemen of overdreven aankoopgedrag is voorraadbeheer bij eenmalige verpakkingen relatief eenvoudig: je koopt een bepaalde hoeveelheid verpakkingen aan en weet precies wanneer je nieuwe moet bestellen. Bij herbruikbare verpakkingen ben je afhankelijk van wanneer en of de klant de verpakking terugbrengt. Dit toont het belang om nauwkeurig in kaart te brengen hoe lang een verpakking in elke fase van het proces blijft: bij de klant, tijdens de retour, bij de reiniging en wanneer ze opnieuw in omloop wordt gebracht.

Monitoring

Bij B2B verpakkingen is het meestal duidelijk waar de verpakkingen zich bevinden, omdat ze tussen bedrijven worden uitgewisseld en dit vaak goed gedocumenteerd is. Dit maakt het eenvoudiger om de verpakkingen te traceren en te beheren.

Bij B2C verpakkingen is er een grotere mate van onzekerheid over wat de consument met de verpakking doet. Dit maakt het moeilijker om te weten hoe vaak een verpakking is gebruikt, waar de verpakking zich bevindt en welke producten de verpakking heeft bevat. Niet alleen is het technologisch minder evident, ook botst men op GDPR-richtlijnen en verantwoordelijkheden.

Voor een efficiënt stockbeheer van zowel propere als vuile verpakkingen is het nodig om te weten hoeveel verpakkingen zich waar bevinden. Hoewel dit handmatig kan worden gedaan, kan technologie bij een groter aantal (soorten) verpakkingen helpen om het proces te automatiseren. Hoe nauwkeuriger de inzichten in locatie en status doorheen de logistieke keten, hoe beter het proces geoptimaliseerd kan worden.

Aan de andere kant kan een vereenvoudigde versie, waarbij enkel gemonitord wordt wanneer de verpakking in gebruik is, zorgen voor meer efficiëntie tijdens het proces. Snelheid bij verkoop en terugname is vaak belangrijk, vooral tijdens piekmomenten of bij het inschakelen van jobstudenten of flexijobbers.

Ook vanuit beleidsmatig oogpunt is het essentieel om herbruikbare verpakkingen nauwgezet te monitoren, onder meer om te kunnen nagaan of deze verpakkingen daadwerkelijk hergebruikt worden en hoe vaak dat gebeurt.

Retour

Verpakkingen dienen zo snel als mogelijk terug te komen. Dit is essentieel voor een efficiënt stockbeheer, want hoe sneller verpakkingen terugkeren, hoe minder nieuwe verpakkingen moeten worden aangemaakt. Bij voedselverpakkingen speelt ook hygiëne een rol. Het terugkrijgen van herbruikbare verpakkingen binnen een redelijke termijn vormt momenteel één van de grootste uitdaging.

Dit probleem kan worden aangepakt door eenvoudige en toegankelijke retourpunten op strategische locaties te creëren en universele inzamelpunten over sectoren heen te ontwikkelen. De oplossing voor retour bij bijvoorbeeld horeca ligt immers niet alleen bij de horeca zelf; iedereen in de keten moet een rol spelen. Ook lokale besturen kunnen bijdragen door speciale drop-off punten te implementeren of – op termijn – in het ophalen van herbruikbare verpakkingen te voorzien. In de praktijk gebeurt het nog niet veel dat een verpakking in de ene zaak wordt meegenomen en in een andere zaak wordt achtergelaten, ook al is dat voor bepaalde verpakkingssystemen al wel mogelijk.

Ook op het gebied van infrastructuur zijn veranderingen nodig: er moeten nieuwe inzamelapparaten en locaties worden opgezet en vulmachines moeten worden aangepast. Het is hierbij van nut om voort te bouwen op bestaande infrastructuur, systemen en processen. De REturn-studie over inzameling van herbruikbare verpakkingen (2025, Universiteit Antwerpen in opdracht van de Green Deal Anders Verpakt) deelt een diepgaand inzicht over bestaande inzamelsystemen voor herbruikbare verpakkingen, hun werking, en de belangrijkste uitdagingen en opportuniteiten die daarbij komen kijken. Op basis daarvan worden mogelijke toekomstscenario's ontwikkeld, met als centrale vraag hoe de inzameling van herbruikbare verpakkingen in de toekomst georganiseerd kan worden. Daarnaast toetst de studie de acceptatie van deze scenario's bij verschillende stakeholders, met als uiteindelijke doel handvaten aan te reiken voor genuanceerde

en toekomstgerichte keuzes voor het opzetten van een inzamelinfrastructuur voor herbruikbare verpakkingen, zowel vanuit de markt als vanuit de overheid.

Businessmodellen waarbij de klant producten aankoopt in een systeem waarbij de bestelling en levering op dezelfde locatie op regelmatige basis gebeuren (bijvoorbeeld in een B2B-context of bij leveringen van maaltijdboxen aan huis), lenen zich er veel evidenter toe om over te schakelen op herbruikbare verpakkingen. Dit onder meer omdat de logistieke flow al bestaat.

Het is zorgwekkend dat sommige ondernemingen niet-geretourneerde verpakkingen als winstmodel gebruiken. Dit kan heel ver gaan door het de consument bijvoorbeeld moeilijk te maken om zijn waarborg terug te vragen. Dat kan niet de bedoeling zijn want het is niet duurzaam en de consument zal uiteindelijk afknappen op het gebruik van herbruikbare verpakkingen.

Waarde geven aan de verpakking

Als een klant waarde hecht aan een verpakking, gaat hij deze met meer zorg gebruiken. In een ideale wereld worden verpakkingen teruggebracht zonder bijkomende push, maar die goodwill is er nog niet. Er is gelukkig een limiet aan het aantal verpakkingen dat een klant wil bewaren. Belangrijk is dat de verpakkingen dan effectief worden teruggebracht en niet in de vuilbak of op straat belanden. In een eerste fase in de transitieperiode is het belangrijk om een teruggavecultuur te creëren via onder meer het geven van een waarde aan verpakkingen. Dit kan op verschillende manieren (ongelimiteerde lijst):

- **Bibliotheeksysteem**

Bij het bibliotheeksysteem betaalt de klant geen kost voor de verpakking op het moment dat hij de verpakking meeneemt, maar wel wanneer hij deze te laat terug inlevert. De hoogte van de boete en de periode van inleveren is afhankelijk van leverancier of eindverkoper.

Bij het bibliotheeksysteem wordt een digitale link gelegd tussen de identiteit van de gebruiker en de verpakking. Dit vraagt een extra handling van zowel de klant als de eindverkoper. Niet iedereen staat te springen om zich te registreren of een extra app te installeren, wat een drempel kan vormen.

Het voordeel van dit systeem is dat de gebruiker geen extra kost hoeft te betalen bij aankoop en dat hij aangemoedigd wordt om zijn verpakking snel terug te brengen. Bovendien kan het systeem zo worden ontworpen dat de gebruiker een herinnering ontvangt om zijn verpakking tijdig terug te brengen.

Aan de andere kant vergt het systeem een grotere initiële investering van leveranciers, omdat de klant pas betaalt bij het uitbetalen van de boete.

- **Statiegeld of waarborg**

Bij een systeem met waarborg betaalt de gebruiker een borg voor de verpakking die hij terugkrijgt bij teruggave. De hoogte van de waarborg is niet vastgelegd en het bepalen ervan is geen evidentie. Enerzijds moet de waarde voldoende hoog zijn om als prikkel te dienen voor het terugbrengen van de verpakking. Idealiter is de borgprijs even hoog of zelfs hoger dan de aankoopprijs van de verpakking. Anderzijds mag de waarde niet te niet te hoog zijn, omdat dit een extra drempel vormt voor de consument.

Hoe meer producten in herbruikbare verpakkingen met waarborg worden gekocht, hoe duurder de aankoop wordt voor de consument. Bij het inleveren van de verpakking krijgt de klant het geld terug, maar niet iedereen heeft de financiële ruimte voor deze extra kosten. Ook bij aankoop van meerdere producten in herbruikbare verpakkingen kan dit een obstakel vormen.

Het voordeel van een statiegeldsysteem is dat er een directe koppeling wordt gelegd met de waarde van de verpakking. Dit systeem is ook al bekend bij de klant, denk maar aan de bierflesjes.

Bij een statiegeldsysteem kan technologie een rol spelen, maar dat is niet noodzakelijk. Wanneer technologie wordt ingezet, is het opzetten van een waarborgsysteem waarbij klanten zich niet vooraf hoeven te registreren en de verpakking op verschillende (onbemande) locaties kunnen terugbrengen, zowel technisch als bancaire een uitdaging. Hoewel er voorbeelden zijn waarbij dit gelukt is, vormt het automatisch elektronisch terugbetalen van de waarborg vaak een obstakel.

- **Beloning bij volgende aankoop of werken met loyaltypunten**

Het toevoegen van waarde aan verpakkingen hoeft niet altijd een extra kost voor klant te betekenen. De retourincentive kan op een positieve manier worden geïmplementeerd. Bijvoorbeeld, door extra loyaltypunten te geven of een korting aan te bieden op de volgende aankoop wanneer de klant de verpakking inlevert. Dit werkt goed in sectoren met veel herhaalaankopen en bevordert bovendien de klantenloyaliteit. Voor aankopen die sporadisch plaatsvinden en voor klanten die minder gehecht zijn aan een specifieke aankoopplek, is deze aanpak minder effectief.

Tijdens de transitie naar herbruikbare verpakkingen is het begrijpelijk dat verschillende systemen worden gebruikt om waarde te geven aan herbruikbare verpakkingen. Toch kan deze diversiteit voor verwarring zorgen bij klanten. De ene verpakking wordt meegegeven met een waarborg waarbij de consument moet opvolgen of deze effectief wordt terugbetaald. Andere verpakkingen worden beheerd via een bibliotheeksysteem met een termijn van twee weken, terwijl weer andere verpakkingen een uitleentermijn hebben van een maand. Om het proces eenvoudiger en gebruiksvriendelijker te maken, is meer harmonisatie noodzakelijk. Daarnaast is het essentieel dat de ontvanger duidelijk herkent dat het om een herbruikbare verpakking gaat. Dit bevordert niet alleen de correcte terugzending via het retoursysteem, maar helpt ook om misbruik of onbedoeld wegwerpen te voorkomen.

4.3.5 Branding en marketing

Een merk is vaak herkenbaar aan zijn verpakking, of het nu gaat om de unieke vorm of de opvallende bedrukking.

Wanneer de verpakking wegvalt, moet branding op een andere manier gebeuren.

Bij herbruikbare verpakkingen is harmonisatie wenselijk, maar uniformiteit kan botsen met branding en marketing. Terwijl uniformiteit efficiëntie en herkenbaarheid kan bevorderen, vraagt effectieve branding vaak om maatwerk en onderscheidende elementen die een merk uniek maken.



4.3.6 Veiligheid garanderen

Bij voedingsmiddelen en cosmetica bestaat er bezorgdheid over hygiëne.

Hoewel de meeste klanten bij het bring-your-own-systeem (BYO) een voldoende gereinigde verpakking meebrengen naar een verkooppunt, is dit niet altijd het geval. Het FAVV heeft een video gemaakt met tips voor het meenemen van een eigen verpakking naar de winkel: https://youtu.be/J7oIKx_z_fc. Een verkoper mag een verpakking weigeren als hij vindt dat deze niet geschikt of niet proper is.

Bij herbruikbare verpakkingen in een hergebruiksysteem kan de zorg rond hygiëne worden weggenomen door het wasproces uit handen te nemen van de consument. Dit kan door zelf de reiniging te verzorgen of samen te werken met een onafhankelijke wasstraat. Zo blijft hygiëne gewaarborgd. Naar aanleiding

van de ontwikkelingen in het kader van hergebruik van verpakkingen, heeft het FAVV hun autocontrolelegidsen geüpdatet, waaronder de [Generieke autocontrolelegids voor de B2C sector](#) en de [Steekkaart Verpakking van levensmiddelen](#).

Er bestaat echter een spanningsveld tussen de hygiëne-eisen van klanten en ondernemingen, en de kostprijs. Het wassen van herbruikbare verpakkingen heeft een directe invloed op de operationele kosten en de totale kostenefficiëntie van het systeem. Wasstraten die striktere wasprotocollen volgen om aan de hygiëne-eisen te voldoen, zijn duurder dan minder gereguleerde alternatieven. Toch kiezen klanten graag voor de goedkoopste optie om de prijs voor het gebruik van herbruikbare verpakkingen te reduceren. Wasfaciliteiten en klanten zijn vragende partij naar een gelijk speelveld en geharmoniseerde wasprotocollen.

Momenteel wordt de controle of een verpakking voldoende gereinigd is, uitgevoerd door mensen. Er zijn technologische innovaties in ontwikkeling om deze controle via AI en sensoren te laten uitvoeren.

Een andere belemmering is het gebrek aan controle bij het wasproces: het FAVV kan pas tussenkomen wanneer de herbruikbare verpakking gevuld wordt met voedingsmiddelen.

Herbruikbare verpakkingen kunnen gemaakt zijn van verschillende materialen zoals diverse soorten kunststoffen, aluminium en glas. Niet alle materialen zijn geschikt voor alle soorten voedingsmiddelen, en niet alle herbruikbare verpakkingen kunnen de benodigde wasprocessen doorstaan. Bij de aankoop of het gebruik van de verpakking is het belangrijk om te vragen naar de verklaring van overeenstemming. Dit biedt de zekerheid dat de verpakking op de juiste manier gebruikt en gewassen kan worden volgens de best gehanteerde richtlijnen. Vooraf afstemmen met de wasfaciliteit is daarbij cruciaal.

Ook bij het afvullen van voeding, cosmetica of detergenten is het van belang om de veiligheid van de producten te waarborgen. Belangrijke aandachtspunten zijn onder andere het voldoen

aan veiligheid- en hygiëne-eisen bij het afvullen van de navulverpakking, het kiemvrij houden van de afvulinstallatie en het af te vullen product, het printen van een up-to-date specifiek product etiket met alle verplichte wettelijke informatie, en het voorkomen dat het verkeerde product wordt afgevuld.

Cosmetische producten mogen bijvoorbeeld uitsluitend worden geproduceerd en afgevuld onder strikte voorwaarden, zoals vastgelegd in de Good Manufacturing Practices (GMP). Daarnaast gelden er duidelijke regels met betrekking tot de houdbaarheid van het product en de gebruiksduur na opening van de verpakking. Om die reden is het niet toegelaten dat consumenten zelf verpakkingen navullen in een verkooppunt. Dit moet gebeuren onder toezicht van een erkend deskundige, zoals een apotheker.

Voor schoonmaakproducten die als gevaarlijk zijn geclassificeerd en voorzien zijn van een CLP-gevaarenetiket, gelden specifieke eisen voor de stevigheid en het gebruikte materiaal van de verpakking. Afhankelijk van de gevarenindeling is het bovendien niet toegestaan om een verpakking meer dan een vooraf bepaald aantal keren te hergebruiken.



4.4 LIMIETEN

Bij de ingediende pilootprojecten lag de nadruk voornamelijk op huishoudelijke verpakkingen. Aangezien de inzichten en leerlessen in dit rapport gebaseerd zijn op de resultaten van pilootprojecten en op de inhoud en uitwisselingen tijdens evenementen van de GDAV, richt het rapport zich dan ook hoofdzakelijk op huishoudelijke verpakkingen en niet op bedrijfsmatige verpakkingen.

Daarnaast werd de focus gelegd op het vinden van nieuwe verpakkingsmodellen en werkende businessmodellen. Of die die nieuwe verpakkingsmodellen een positieve milieu-impact hebben werd niet geanalyseerd en viel buiten de scope van de GDAV. Dit zou interessante en complementaire inzichten kunnen brengen voor verdere onderzoeken.

Het is ook belangrijk om te erkennen dat verpakkingen niet allemaal vermeden of herbruikbaar kunnen worden.

5. AANBEVELINGEN

5.1 CONTEXTSCHETS

Al meer dan 25 jaar ligt de focus van het verpakkingsbeleid voornamelijk op recyclage, met als doel zoveel mogelijk grondstoffen te recupereren. Dit heeft geleid tot een zeer goed functionerend inzamelsysteem, dat gebruiksgemak biedt aan de burger – via de blauwe zak en de ophaling van papier en karton – en een goed uitgebouwde recyclagecapaciteit.

Gedurende deze periode werd ook ingezet op preventiemaatregelen, onder meer in het kader van de preventieplannen verpakkingen. Daarnaast zijn er al initiatieven genomen rond hergebruik, met vooral positieve resultaten in de B2B-context.

Zoals uit dit rapport blijkt, is er nog uitgebreide ontwikkeling nodig om nieuwe preventie- en hergebruikprojecten uit te bouwen tot een levensvatbaar en efficiënt systeem. Het is daarbij cruciaal om voort te bouwen op bestaande structuren en ervaringen want hergebruik is geen nieuw concept.

Meer en meer wordt duidelijk dat er behoefte is aan een versterkt beleid dat gericht is op een **vermindering van de productie en consumptie van het aantal eenmalige verpakkingen, losgekoppeld van de bevolkings- en economische groei.**

Maatregelen die het gebruik van eenmalige verpakkingen vermijden, hebben niet alleen

een directe impact op de vermindering van grondstoffenverbruik maar dragen ook indirect bij aan de vermindering van zwerfvuil.

De omschakeling naar minder verpakkingen vereist **fundamentele systeemveranderingen** en bewustzijnsomslagen binnen de hele maatschappij, ondersteund door beleid. Het vermijden en hergebruiken van verpakkingen moet een duidelijk positief businessmodel hebben. Hoewel duurzaamheid steeds vaker op de agenda staat, zal de omschakeling niet uit idealisme plaatsvinden. Ook de klant zal zijn gedrag niet veranderen als het systeem waaraan hij moet bijdragen niet voldoende toegankelijk, inclusief en gemakkelijk is. Bovendien moet er gewerkt worden naar een systeem dat milieuwinsten realiseert; niet goed-werkende en doordachte alternatieven zullen ook niet leiden tot een vermindering van de milieu-impact.

Bijkomende stimuli (regelgeving, financiering, openbare aanbestedingen, ...) om deze shift naar een vermindering van eenmalige verpakkingen te kunnen realiseren, kunnen de markt voldoende kansen geven om te investeren en te innoveren richting vermijden en hergebruik van verpakkingen.

Gedurende de GDAV lag de focus op piloot-projecten. Hierdoor zijn **59 pilootprojecten** uitgevoerd in verschillende sectoren zoals horeca, e-commerce, retail, voedingsproductie, cosmetica en detergenten. Deze projecten hebben veel kennis opgeleverd en draagvlak gecreëerd. **Nu is het tijd voor een volgende stap:** het ontwikkelen van **schaalbare modellen**.

In dit kader is wetgeving noodzakelijk om een **gelijk speelveld** te creëren. Een grootschalige verandering in de markt kan namelijk niet worden bereikt door enkele pioniers die binnen hun mogelijkheden (piloot)projecten uitvoeren. Het opleggen van maatregelen verhoogt de sense of urgency en biedt potentiële investeerders de nodige garanties om middelen vrij te maken. Maar dit kan enkel gebeuren wanneer voldoende haalbare alternatieven voor alle spelers in de keten bestaan.

Uit de projecten blijkt ook een **nood aan een langetermijnvisie**. Investerings in innovaties of het aanpassen van producten of processen vragen om een stabiele context zodat deze op langere termijn rendabel zijn. Een voortdurend wijzigende wetgeving laat niet toe om de nodige financiering te verkrijgen of om gedane investeringen terug te verdienen.

Tijdens de looptijd van de GDAV veranderde de regelgevende context. **Het Europese Actieplan Circulaire Economie en de Europese Verpakkingsverordening** (Packaging and Packaging Waste Regulation - PPWR) gepubliceerd op 12 februari 2025, geven een belangrijke stimulans voor het verminderen van verpakkingen op breder niveau. De verordening legt een doelstelling op aan de lidstaten om verpakkingsafval te verminderen. Daarnaast worden bepaalde eenmalige verpakkingen verboden, zijn verschillende hergebruiksdoelstellingen voor marktdeelnemers

opgenomen, en wordt de basis gelegd voor hergebruik- en hervulsystemen.

Het voordeel van deze wetgeving is dat het verpakkingsbeleid op Europees niveau deels wordt **geharmoniseerd**. Hierdoor hoeven ondernemingen zich minder aan te passen aan de verschillende individuele wetgevingen afhankelijk van de locatie.

Het komt er nu op aan om een kader te ontwikkelen waarin bedrijven met de verschillende overheden samen werken om de doelstellingen te behalen. Bovendien is het essentieel dat herbruikbare verpakkingen **daadwerkelijk zoveel mogelijk hergebruikt worden** en een maximaal aantal retourcycli doorlopen.

Het is ook van belang om andere **reeds bestaande wetgevingen** (onder meer rond cosmetica, voeding, ...) **af te stemmen** op het vermijden en hergebruik van verpakkingen of om nieuwe noodzakelijke wetgevingen te onderzoeken (zonder afbreuk te doen aan gezondheid en veiligheid). Een aantal voorbeelden die onderzocht moeten worden zijn soepelere maatregelen zoals de toelating van een QR-code voor etikettering bij non-food refill of wetgeving rond het toelaten van coatings bij producten met eetbare schil voor een langere houdbaarheid.

5.2 UITWERKING OP PROJECTNIVEAU

Als een project rond herbruikbare verpakkingen niet slaagt, wordt regelmatig de conclusie getrokken dat hergebruik niet werkt. Het klopt dat nog niet alle randvoorwaarden zijn vervuld om alle projecten rond herbruikbare verpakkingen op grote schaal te doen slagen. Maar bij nader onderzoek blijkt de oorzaak vaak eerder te liggen bij de implementatie van het project. Ook is het van belang dat het wetgevende kader m.b.t. het product en de verpakking op voorhand goed gekend is door de uitvoerder. Met onderstaande punten vergroot de kans op succes:

5.2.1 Ketensamenwerking

De nodige stakeholders in de keten moeten betrokken zijn in het project met duidelijke afspraken rond verantwoordelijkheden binnen elk werkpakket en concrete doelstellingen.

“Het leven is aan de durvers Een gezonde dosis impulsiviteit en opportunisme kan toch een aantal dingen in gang zetten. Omwille van het feit dat het hier gaat over een gegeven waar we in eerste instantie minder van afweten, zijn we soms geneigd om terughoudender te zijn en alles een keertje meer te overdenken, of een mening meer te vragen, of te twijfelen, ... maar dat zorgt ervoor dat er geen uitvoering komt. En soms is de uitvoering een deel van de oplossing van het probleem. Soms moeten we eerst iets zien gebeuren alvorens te weten wat het probleem effectief was en wat daarop de mogelijke oplossing is.”

5.2.2 Projecttijd

Een project met herbruikbare verpakkingen vereist een lange looptijd. Het is ten eerste essentieel om voldoende ruimte te creëren voor de productontwikkelingsfase en aangezien klanten hun herbruikbare verpakkingen ook moeten terugbrengen en gedragsverandering tijd vergt, moet de praktijktestperiode lang genoeg zijn (> 6 maanden) om te kunnen beoordelen of er voldoende draagvlak is bij consumenten.

Desondanks is het raadzaam om niet te lang te blijven hangen in theoretische ontwikkelingen. Het is beter om snel te beginnen met praktijktesten, eventueel in een vereenvoudigde vorm, om zo de operationele snelheid te verhogen. Dit sluit aan bij de principes van design thinking waarbij snelle iteraties en praktische toepassingen centraal staan.

5.2.3 Herbruikbare verpakking als standaardoptie

Als een onderneming wil inzetten op herbruikbare verpakkingen, moet deze ervan uitgaan dat de klant of consument in de meeste gevallen zal kiezen voor de standaardoptie of de meest goedkope keuze. Om klanten te helpen hun gewoonte te veranderen, hebben ze vaak een duwtje in de rug nodig. In het ideale scenario ligt de keuze niet bij de klant of consument en wordt het product enkel in een herbruikbare verpakking aangeboden. Kan dit niet, dan moet de herbruikbare verpakking de standaardoptie zijn. Met prijsincentives, zoals het geven van een beloning wanneer het product wordt aangekocht via een herbruikbare verpakking of een meerprijs bij aankoop via een eenmalige verpakking, kan de consument gestuurd worden richting optie herbruikbare verpakking.

Het heeft geen zin om te investeren in een project waarbij de klant de keuze wordt gegeven tussen een eenmalige verpakking en een herbruikbare verpakking als de eenmalige verpakking toegankelijker (zichtbaarder, goedkoper) is dan de herbruikbare verpakking.

5.2.4 Heldere instructies

Het ontwikkelen van communicatietools is slechts de eerste stap; het is essentieel dat deze ook daadwerkelijk gelezen, gezien, gebruikt of gezegd worden (door de juiste personen op het juiste moment). Het is een misvatting om te denken dat iedereen op de hoogte is na het versturen van een enkele communicatieboodschap. Een effectieve strategie vereist een mix van verschillende soorten communicatie.

5.3 EN DAN NU ... OPSCHALING!

De looptijd van de GDAV was heel belangrijk om drempels en uitdagingen te identificeren en (technologische) oplossingen in pilootfase te onderzoeken. Nu is het tijd voor de volgende stap: herbruikbare verpakkingen op grotere schaal.

Projecten hebben moeite om uit de pilootfase te komen, voornamelijk omdat de kosten van herbruikbare verpakkingssystemen nog te hoog zijn en de randvoorwaarden niet optimaal. Het ontbreken van verpakkingstandaarden en een gedeelde inzamelinfrastructuur belemmert bijvoorbeeld een efficiënte retourlogistiek. Inzamelsystemen kunnen operationeel haalbaar zijn tegen 2030 maar de effectieve implementatiesnelheid zal afhangen van het **vervullen van de randvoorwaarden**.

6.3.1 Standaardisatie en interoperabiliteit

Grotere spelers kunnen vaak zelf voldoende schaalgrootte realiseren om een rendabel businessmodel op te bouwen rond herbruikbare verpakkingen. Voor kleinere spelers is harmonisatie essentieel om herbruikbare verpakkingssystemen concurrerend te maken ten opzichte van eenmalige verpakkingen.

Een te grote variatie aan verpakkingen belemmert immers inzameling, bemoeilijkt gedeelde systemen en staat opschaling in de weg. Harmonisatie is een belangrijk element om herbruikbare verpakkingssystemen concurrerend te maken ten opzichte van eenmalige verpakkingen.

Ook al is het van belang om de weg naar innovaties open te houden en blijven branding en merkidentiteit belangrijke aandachtspunten in relatie tot standaardisatie, toch moet ingezet worden op het **vastleggen van standaarden van verpakkingen** (vorm, materiaal, ...).

Maar ook de **processen en de nodige technologieën** (zoals voor inzameling) in de verpakkingssystemen moeten compatibel zijn tussen verschillende actoren en toepassingen. Een belangrijke ontbrekende factor om herbruikbare verpakkingen economisch rendabel op de markt te brengen, is een logistieke samenwerking en gedeelde teruggavepunten. Open systemen bevorderen schaalvoordelen en maken pooling mogelijk. Ze stellen gebruikers in staat om hun verpakking via dezelfde infrastructuur terug te brengen, ongeacht de specifieke operator. Een open en gedeeld datamodel is cruciaal voor technische interoperabiliteit. Ook op het niveau van de gebruikerservaring is zo'n aanpak van groot belang. Er is behoefte aan een gedeelde digitale infrastructuur – bijvoorbeeld in de vorm van een uniform platform of applicatie – waarin gebruikers inzamelpunten kunnen raadplegen, verpakkingen kunnen registreren of hun statiegeldtegoeden kunnen beheren.

5.3.2 Inzamelinfrastructuur

Er bestaat geen one-size-fits-all oplossing.

Een gevarieerd en fijnmazig netwerk van inzameloptyes is noodzakelijk om voldoende bereik en gebruiksgemak te garanderen, maar **dit mag niet leiden tot versnippering**. Uniforme elementen in infrastructuur en communicatie zijn cruciaal om herkenbaarheid voor de consument te waarborgen. In landelijke regio's kan meer ingespeeld worden op bestaande verplaatsingen met de auto, via inzameling op semipublieke locaties zoals parkings van supermarkten, recyclageparken of op huis-aan-huisinzameling. In steden is er minder ruimte in handelszaken en bij de consumenten thuis, waardoor inzameling on-the-go en op willekeurige, door de consument gekozen momenten meer een eis is. Hier kunnen retourautomaten in het publieke domein of een netwerk van inzamelpunten op privaat domein een alternatief bieden. Dit zijn slechts enkele pistes die verder bekeken en onderzocht moeten worden.

Een scenario waarin herbruikbare verpakkingen een aanzienlijk marktaandeel innemen, vereist andere infrastructuur. Afhankelijk van de combinatie van inzamelsystemen moet zowel de openbare ruimte als de ruimte bij privé-actoren hierop worden afgestemd. De transitie van infrastructuur vraagt tijd, en het is belangrijk om hier nu al rekening mee te houden bij verbouwingen. Bij onbemande plaatsen is technologie en controle nodig om misbruik en vandalisme te vermijden. Door de inzamelsystemen zo te ontwerpen dat ze toegankelijk en aantrekkelijk zijn, kan de drempel tot effectief gebruik verlaagd worden.

Nauwe samenwerking en betrokkenheid van lokale besturen, ondernemingen, federaties en de overheid is hierin essentieel. Om schaal te creëren moeten krachten gebundeld worden **over sectoren heen**.

5.3.3 Hygiëne en veiligheid

Er is behoefte aan het waarborgen van hygiëne bij herbruikbare verpakkingen. Dit vormt een complexe uitdaging, vooral in de B2C-context en bij producten zoals voeding en cosmetica. Allereerst moeten er algemene afspraken worden gemaakt over wat een 'propere verpakking' inhoudt. Wat voor de één voldoende schoon is, is dat voor de ander niet. Bovendien is het mogelijk dat een verpakking proper oogt, maar uiteindelijk niet voldoet aan de microbiologische criteria voor (voedsel)veiligheid.

De mate van uitdaging varieert ook afhankelijk van het materiaal van de verpakking. Glazen verpakkingen zijn bijvoorbeeld beter bestand tegen krassen en hoge temperaturen dan kunststof verpakkingen. **Verder onderzoek is nodig** naar onder meer krasbestendigheid, risico's op schimmelvorming, optimalisatie van wasprocessen, gevolgen van achtergebleven reinigingsmiddelen, verkeerd gebruik door consumenten, geurtransfer in kunststofverpakkingen die voedselveiligheid en -kwaliteit kunnen beïnvloeden. Het project HERPAK (Pack4Food in samenwerking met Flanders'Food en de UGent) onderzoekt momenteel het borgen van voedselveiligheid en -kwaliteit bij herbruikbare kunststofverpakkingen voor kant-en-klaarmaaltijden.

Bijkomend zijn niet alle operatoren even nauwkeurig in het juiste gebruik van reinigingsmiddelen en het uitvoeren van veiligheidsgarantietesten. Ondernemingen die ervoor kiezen om herbruikbare verpakkingen extern te laten wassen, gaan vaak voor de goedkoopste optie, wat niet altijd de nodige garanties biedt voor veiligheid en controle. Wasfaciliteiten of eindverkopers vrezen ook aansprakelijk te worden gesteld voor eventuele problemen die voortvloeien uit het gebruik van herbruikbare verpakkingen. Dit kan worden aangepakt door sectorale afspraken te maken voor het reinigen en het beheer van herbruikbare verpakkingen, bijvoorbeeld via geharmoniseerde gidsen, richtlijnen en hygiënecodes en dit soort processen veel meer te integreren in de reeds bestaande autocontrole gidsen. Daarbij kan worden voortgebouwd op bestaande veiligheidssystemen die al ingeburgerd zijn in de productieomgeving. In de hele voedingsketen moeten bijvoorbeeld de HACCP-methodes veel meer vertaald worden naar het gebruik van herbruikbare verpakkingen, waarbij extra aandacht geschonken moet worden aan de inspectie en traceerbaarheid van dit soort verpakkingen. Nauwe betrokkenheid van en samenwerking met het FAVV en de FOD Volksgezondheid zijn hierbij essentieel.

5.3.4 Iedereen op de hoogte

Ondernemingen geven aan dat informatie over verpakkingen te verspreid is, waardoor ze vaak hun weg niet vinden. Bovendien is de gedeelde informatie niet altijd even betrouwbaar. Er is behoefte aan **één erkend centraal platform** waar alle relevante informatie gebundeld is, specifiek over het vermijden en het hergebruiken van verpakkingen. Denk aan een plek waar je alles kan vinden: van wetgeving en inspirerende voorbeelden die aansluiten bij de praktijk, tot financieringsmogelijkheden, een handleiding met praktische tips en meer.

Daarnaast moet er ook ingezet worden op het **grootschalig informeren** van ondernemingen **over bestaande en toekomstige regelgeving** en dit via verschillende kanalen. Veel ondernemingen zijn namelijk nog niet op de hoogte van wat de wetgeving inhoudt of zal inhouden en hoe ze eraan moeten voldoen.

Verder moet de klant meer vertrouwd geraken met het onderwerp van onverpakt aankopen of systemen van herbruikbare verpakkingen. Het enkel voorzien van de nodige infrastructuur zal het gedrag van de klant niet veranderen. Via onder meer **bewustwordingscampagnes en educatieve initiatieven** moeten klanten aangespoord worden om deel te nemen aan de nieuwe systemen en nieuwe gewoontes te vormen. Belangrijk hierbij is om de voordelen van hergebruik in de verf te zetten.

Momenteel trekken evenementen of andere vormen van kennisdeling over het vermijden en hergebruik van verpakkingen voornamelijk mensen en ondernemingen aan die al een basiskennis hebben van het onderwerp of er affiniteit mee hebben. Het is noodzakelijk om manieren te vinden om ook **degenen te stimuleren die nog niet met het onderwerp bezig zijn**. Dit kan bijvoorbeeld worden bereikt door informatie hierover te integreren in kennisdelingsmomenten over andere, bredere onderwerpen.

5.3.5 Financiële incentives

Circulaire businessmodellen bieden een meerwaarde voor de maatschappij, maar trekken puur op basis van monetaire opschaling moeilijk externe financiering aan. Om de transitie naar meer hergebruiksystemen te stimuleren, kunnen middelen verschoven worden naar het ontwikkelen van levensvatbare businessmodellen.

5.4 ONDERZOEK

Gedurende de Green Deal Anders Verpakt zijn er verschillende aanvullende vragen gerezen. Het was niet mogelijk om deze allemaal te onderzoeken. Hieronder volgt een lijst van nog openstaande vragen (niet limitatief):

- In het kader van standaardisatie moet verder onderzocht worden welke en hoeveel verschillende verpakkingsvormen nodig zijn om het brede productaanbod in horeca, retail en e-commerce adequaat te dekken, welke productcategorieën zich het best lenen voor verregaande standaardisatie, waar enige mate van differentiatie noodzakelijk blijft en via welke innovatieve manieren branding geïntegreerd kan worden wanneer gebruik gemaakt wordt van gestandaardiseerde verpakkingen, zodat bedrijven hun merkidentiteit kunnen behouden.
- Welke soorten materialen lenen zich het best voor herbruikbare verpakkingen in een specifieke context? Kan/moet er een nieuw soort materiaal ontwikkeld worden?
- Wat is de rol van lokale overheden, rekening houdend met lokale context? Sociale inclusie is hierbij belangrijk: Hoe kan de overheid actief bijdragen aan het waarborgen van sociale toegankelijkheid binnen hergebruiksystemen, bijvoorbeeld voor mensen zonder digitale toegang, met beperkte middelen voor het voorschieten van een waarborg of beperkte mobiliteit?
- Wat is de ideale schaalgrootte van verschillende hergebruiksystemen?
- Welke minimale systeemvoorwaarden zijn nodig om interoperabiliteit tussen verschillende inzamelsystemen te garanderen, ook zonder volledige standaardisatie?

- Hoe kunnen hergebruiksystemen inspelen op bestaande afvalgewoontes (zoals huis-aan-huisinzameling en glasbakken)?
- Wat is de effectiviteit van inzamelsystemen met of zonder statiegeld, en met of zonder directe (analoge of digitale) bevestiging aan de consument bij correcte inlevering van verpakkingen?
- Via geavanceerde modellering kunnen verschillende inzamelscenario's worden uitgewerkt, met de onderliggende parameters en randvoorwaarden. Dit laat toe om rollen, kosten en opbrengsten concreter in kaart te brengen en de impact per scenario te schetsen.
- Wat is de economische impact van de verschillende inzamelscenario's? Hoe groot moet de schaal zijn om rendabel te worden?
- Het prijsverschil tussen eenmalige en herbruikbare verpakkingen is te groot. Het is noodzakelijk om te onderzoeken waar dit prijsverschil vandaan komt en hoe dit prijsverschil verkleind kan worden via economische instrumenten zoals fiscaliteit en andere hefboomen.
- Hoe staat de consument tegenover herbruikbare verpakkingen? Naast de economische overwegingen, welke andere elementen beïnvloeden zijn mening?
- Welke bijkomende opportuniteiten zijn er binnen de verschillende subsectoren? Bijvoorbeeld ook voor het weglaten van de verpakking?
- Monitoring van herbruikbare verpakkingen vergt technologie. Wat is de impact van deze oplossingen met betrekking tot het gebruik van (zeldzame) grondstoffen?



5.5 BEVORDEREN SAMENWERKING EN KENNISDELING

Een **unieke publiek-private samenwerking** zoals de Green Deal Anders Verpakt **wordt toegejuicht** voor het bevorderen van een sectorbrede samenwerking. Het biedt ook een platform waarin concurrenten kunnen samenwerken.

Daarnaast moet er worden ingezet op verdere **ondersteuning voor meer specifieke onderwerpen**. Er is onder andere vraag naar juridische ondersteuning bij het opzetten van partnerships en overeenkomsten, matchmaking tussen investeerders en projecten, en aanvullende inzichten in verschillende soorten businessmodellen.

5.6 OPPORTUNITeiten

Naast de huidige wettelijke verplichtingen zijn er voor tal van andere sectoren en producten opportuniteiten die verkend moeten worden. Uit een onderzoek van Arteveldehogeschool met als case een herbruikbare glazen pot voor chocopasta, blijkt bijvoorbeeld dat het introduceren van een beperkt aantal standaard herbruikbare verpakkingen gedeeld door verschillende producenten, een veelbelovende mogelijkheid is. Wetende dat de milieu-impact van eenmalige **glazen verpakkingen** heel hoog is en dat er verschillende soorten producten, zoals confituur en yoghurt, in dezelfde glazen potten verpakt kunnen worden, is dit een piste die verder uitgewerkt kan worden.

Binnen de sector **lokale keten** (verkoop van producten geproduceerd dicht bij huis) heeft vermijden en hergebruik van verpakkingen veel potentieel. Het doelpubliek bestaat vaak uit trouwe klanten die regelmatig bestellen en al bekend zijn met de problematiek. Het gaat ook om regionale implementatie waarvan het model kan gedupliceerd worden. De sociale economie kan een cruciale rol spelen. Denk maar aan maatwerkbedrijven die de logistiek en het wassen van herbruikbare verpakkingen op zich nemen.

Dit biedt ook garantie voor werkgelegenheid voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in een circulair businessmodel.

De Roadmap Voedselverpakking van de toekomst (2030) van Flanders' FOOD is opgesteld in een tijd waarin herbruikbare verpakkingen nog niet de focus hadden die ze nu hebben. Het is daarom belangrijk om deze roadmap te herzien en aan te passen aan de nieuwe visie rond het introduceren en het gebruik van herbruikbare verpakkingen.

5.7 GDAV – VERVOLG

Met de Green Deal Anders Verpakt zijn grote stappen gezet richting vermijden en hergebruik van verpakkingen, maar het werk is zeker nog niet af. De ondertekenaars hebben actief rond het onderwerp gewerkt en de uitdagingen zijn gekend. Het zou een gemiste kans zijn om alle ervaringen, contacten en inzichten verloren te laten gaan. Om de doelstellingen van de PPWR te realiseren moeten oplossingen effectief worden geïmplementeerd, voortbouwend op de successen en inzichten van de voorbije jaren, met vooruitzicht op positieve businessmodellen en herbruikbare verpakkingen die effectief hergebruikt worden. Dit omvat onder meer een duidelijk beleid, het creëren van een efficiënt hergebruikssysteem met standaarden en infrastructuur voor inzameling, desinfecteren en wassen, de betrokkenheid van verschillende actoren en het stimuleren van een mentaliteitswijziging. Daarnaast is er behoefte aan praktische ondersteuning bij de implementatie.

Hiervoor zijn een sectoroverschrijdende aanpak en engagement cruciaal. Vanuit die nood is het een logische stap dat Fost Plus en Valipac een actieve plaats in dit kader innemen. Via hun rol als beheersorganisme voor het uitvoeren van de verplichtingen van de Uitgebreide Producentenverantwoordelijkheid op verpakkingen, en met hun expertise in inzameling en recyclage van eenmalige verpakkingen kunnen ze samen met de overheid kansen creëren voor

het ontwikkelen van efficiënte en rendabele hergebruikssystemen. We denken hier aan het maken van afspraken rond standaarden, technologie en processen, infrastructuur opstellen, monitoring van herbruikbare verpakkingen en het ondersteunen van nieuwe initiatieven vanuit de sector. Binnen de werking van de beheersorganismen is er een opportuniteit om de transitie naar herbruikbare verpakkingen levensvatbaar te maken door het onderzoeken van een nieuw financieel model, met incentives en kostenverdeling. Daarnaast ligt er een opportuniteit voor Fost Plus en Valipac om hier een rol in op te nemen en samen te werken.

De Interregionale Verpakkingscommissie (IVC) moet ervoor zorgen dat de strategieën van de overheden en de beheersorganismen in dezelfde richting wijzen.

De focus zal liggen op sectoren en producten die meegenomen zijn in de PPWR, zoals horeca, e-commerce, retail en B2B. Met deze doelgroepen zal een specifiek traject worden opgezet. Hiervoor is de betrokkenheid van sectorfederaties en speerpuntclusters cruciaal. De focus op deze sectoren en producten sluit andere opportuniteiten niet uit wanneer onderweg blijkt dat er een groot potentieel is voor het verminderen van verpakkingen.

Bijkomend zal de unieke publiek-private samenwerking worden uitgebreid. De Green Deal Anders Verpakt speelde zich af op Vlaams niveau, maar ook een samenwerking met de gewesten en de federale overheid is essentieel (harmonisatie, verschil in bevoegdheden). Gesprekken hierover zijn lopende.

We willen de toekomstige sectoroverschrijdende aanpak verankeren in een formeel engagement tussen de betrokken sectoren. Daarbij is het cruciaal dat de succesfactoren van de Vlaamse Green Deal behouden blijven: de verplichting om initiatieven uit te rollen in de praktijk, de focus op een specifiek thema, het opzetten van een sterk netwerk, en de begeleiding van de projecten.

Verder blijft de rol van kennisnetwerk en toegang tot experts en ondernemingen essentieel en dient dit verankerd en verder uitgebreid te worden. Ook in de toekomst zullen netwerk- en matchmakingevenementen en kennisdeling (zowel vanuit België als vanuit het buitenland) centraal staan. Dit is essentieel om alle stakeholders enthousiast en betrokken te houden. Vanuit de deelnemers is er ook behoefte aan informatiedeling en sensibilisering naar buiten toe. De ondertekenaars van de GDAV spreken al min of meer dezelfde taal, maar nu moet de rest nog mee. Er is vraag naar het creëren van richtlijnen over hergebruikmodellen, het identificeren en in kaart brengen van Belgische sleutelstakeholders en het ondersteunen van bedrijven bij het in kaart brengen van risico's, kansen, kosten en bedrijfsimpact.

CONCLUSIE

Om de Europese doelstelling rond de vermindering van verpakkingsafval te behalen, is een gezamenlijke inspanning van alle betrokken partijen noodzakelijk. De Green Deal Anders Verpakt heeft hierbij als belangrijke springplank gefungeerd. Het enthousiasme van de ondertekenaars, samen met hun waardevolle inzichten en expertise, heeft de basis gelegd voor een helder toekomstplan. Ondanks de uitdagingen, bleef de hele looptijd van de GDAV gekenmerkt door een sfeer van positieve energie en betrokkenheid. Deze dynamiek en de brede aandacht vanuit de markt vormen een krachtige stimulans om door te zetten en structurele oplossingen te blijven zoeken. Het toont aan dat er, ondanks obstakels, een breed gedeelde wil is om vooruitgang te boeken.

DANKWOORD

Nogmaals bedankt aan alle deelnemers en partners van de Green Deal Anders Verpakt voor de interessante experimenten en fijne netwerkmomenten in de afgelopen vier jaar!

Veel succes gewenst vanuit het team initiatiefnemers:

OVAM: Sarah Risch, Lore Mariën, Cecilia Vertongen, Eline Sonneveld en Ann De Boeck

Fevia: Candice Joseph, Edward Verstraete en Ann Nachtergaele

Detic: Patrick Verhelle, Frédéric Warzée, Marcella Pavone en Françoise Van Tiggelen

Comeos: Henriane Gilliot, Imke Bellemans en Marie Van Breusegem

VIL: Geert Verbelen, Steve Sel, Stef Claes en Stefan Bottu

**BEDANKT ALLEMAAL OM SAMEN TE WERKEN AAN DE BETERE
WERELD VAN MORGEN.**

BIJLAGEN

BIJLAGE 1 – PROJECTEN DEELNEMENDE PARTIJEN

BIJLAGE 2 – PROJECTEN ONDERSTEUNENDE PARTIJEN

BIJLAGE 3 – HERBRUIKBARE VERPAKKINGEN IN E-COMMERCE

BIJLAGE 4 – COSMETICA EN DETERGENTEN

BIJLAGE 5 – (PERS)ARTIKELS

BIJLAGE 6 – NIEUWE PROJECTEN

BIJLAGE 1

PROJECTEN DEELNEMENDE PARTIJEN

**GREEN
DEAL**

012.
ANDERS
VERPAKT

Het project van herbruikbare zakjes voor zowel het broodmeubel als voor groenten en fruit is bedoeld om de hoeveelheid afval te verminderen en de impact ervan op het milieu te verkleinen.

De herbruikbare zakjes zijn ontworpen om meerdere keren gebruikt te worden in plaats van weggegooid te worden na een enkel gebruik. Daarom ontwikkelde Aldi een herbruikbare zak voor het broodmeubel in de supermarkt. Deze katoenen zakken zijn speciaal ontworpen zijn om broodproducten zoals pistolets, croissants en koffiekoeken op een hygiënische manier te verpakken en te transporteren. Deze zakken zijn verkrijgbaar voor klanten om mee te nemen naar

de supermarkt en te gebruiken in plaats van de traditionele papieren zakjes die vaak worden gebruikt voor broodproducten.

Het project voor AFG-zakken is nog steeds lopende, de herbruikbare broodzak heeft meer dan één jaar in de rekken gestaan maar daarvoor zal nog moeten gezocht worden naar bijkomende oplossingen om het project beter te doen slagen. . Eén van de vaststellingen van Aldi is dat een betere klantencommunicatie nodig is. Klanten moeten goed begrijpen waarom ze die beslissing nemen om dan hopelijk een hoger acceptatiegraad te behalen.



Sinds 2019 heeft AMAB een industriële wasstraat voor herbruikbare bekere waarmee reeds meer dan drie miljoen items zijn gereinigd. Naast herbruikbare bekere voor evenementen, bedient AMAB ook kleinere ondernemingen die herbruikbare plastic verpakkingen toepassen in hun businessmodel. Kwalitatieve reiniging zorgt voor hergebruikmogelijkheden, maar aangezien nog maar weinig richtlijnen/normen rond kwaliteit bestaan gebeurt de controle hierop eerder subjectief. Met dit project wil AMAB de reiniging gaan standaardiseren en objectieve parameters inzichtelijk krijgen om een GO/ NO GO beslissing te kunnen hanteren bij het opnieuw inzetten van de verpakking.

Tijdens de uitwerkingen is AMAB op drie problemen gestoten. Vooreerst is er een nood aan uniformiteit van de gebruikte detergente

waardoor de reinigingskwaliteit van de bekere gegarandeerd kan worden. Het gebruik van detergente is nu geüniformeerd. Verder schommelt de vraag naar reiniging doorheen het jaar met pieken en dalen . De in dienst genomen mensen moeten voldoende werk krijgen, ook in laagseizoen. Momenteel worden de werkkrachten ook op andere projecten ingezet. Tenslotte moet de kwaliteit van het wassen gegarandeerd worden met ook een detectiesysteem in het reinigingsproces voor schimmels en vuil . Hiervoor wordt gezocht naar een oplossing met camera's.

https://www.linkedin.com/posts/sociale-en-circulaire-economie-via-dit-handige-filmpje-kom-je-te-weten-hoe-activity-717177029799825408-aNQE?utm_source=share&utm_medium=member_desktop



“AMAB als betrouwbare partner en pioniers in het afwassen van herbruikbare bekere en catering materialen.

AMAB biedt de nodige ondersteuning wat noodzakelijk en gebruikelijk is voor de toepassing van herbruikbare bekere

AMAB kent een groot volume aan wascapaciteit voor allerhande events.”



Boemerang is een vooruitstrevend project dat inzet op herbruikbare verpakkingen binnen de horecasector, met een bijzondere focus op

take-away. De drie hoofdpartners in dit initiatief zijn maatwerkbedrijf Mivas, dat instaat voor de professionele reiniging via een geautomatiseerde wasstraat, verpakkingsproducent Avamoplast, en horecaspeler Kingslize, die de logistiek verzorgt. Wat Boemerang uniek maakt, is de ontwikkeling van een gebruiksvriendelijk digitaal en logistiek systeem waarvoor consumenten zich niet hoeven te registreren. Deze maakt het mogelijk voor consumenten om hun herbruikbare verpakking terug te brengen bij eender welke deelnemende horecazaak, ongeacht waar de verpakking oorspronkelijk werd verkregen.

De circulaire keten start bij de horecazaak, die de herbruikbare verpakkingen aanbiedt aan klanten. De klant neemt zijn maaltijd mee in een herbruikbare verpakking. De gebruikte verpakking wordt nadien opgehaald en vervoerd naar een centrale logistieke hub. De verzamelde verpakkingen gaan naar Mivas voor een grondige reiniging. Vervolgens keren ze terug naar de hub en worden ze opnieuw verdeeld naar de horecazaken, klaar voor een volgende gebruiksrond.

Momenteel is Boemerang actief in Mechelen, met deelnemende zaken zoals Kingslize en Beastie Burger. Het systeem is compatibel met uiteenlopende verpakkingsvormen – van pizzadozen en koffiebekers tot maaltijdboxen. Dankzij een eenvoudige Boemerang-sticker kunnen alle verpakkingen moeiteloos worden opgenomen in de circulaire keten. Het doel van het pilootproject was dan ook om zoveel mogelijk frictie te minimaliseren.



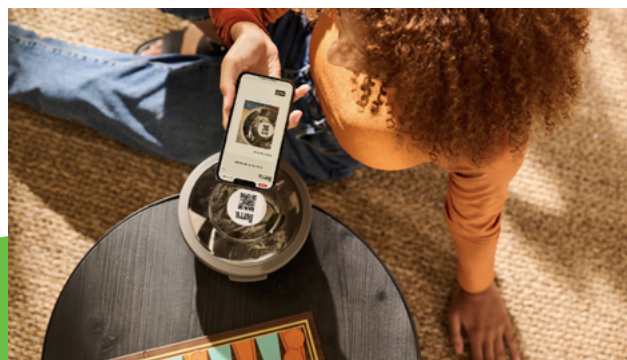
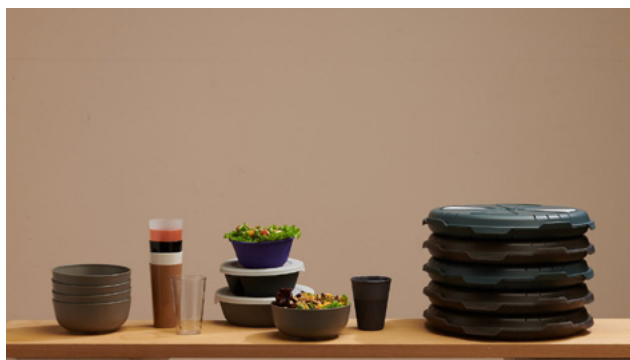
deSTER, HOMEGROWN VENTURES

“Borro”

Borro is een cashless statiegeldsysteem voor take-out en delivery maaltijdverpakkingen met als eerste stap pizzeria's maar later ook alle segmenten van foodservice. Borro focust op de ontwikkeling van een frictieloze customer journey om de drempels van hergebruik voor consumenten en de horeca te verwijderen. Homegrown zorgde voor het technologische aspect van het project (website en apps), terwijl deSter voor verpakkingen zorgde.

Tijdens de zoektocht bouwden de bedrijven Minimum Viable Products (MVP), die steeds werden geoptimaliseerd. Het project gebeurde in drie stappen. Tijdens de eerste stap focuste Borro zich op pizzeria's. deSter ontwikkelde

herbruikbare verpakkingen voor het leveren van pizza's. De restaurants die zich hierbij aansloten, besloten uiteindelijk niet meer aan het project deel te nemen aangezien de conversiekost om restaurants te overtuigen te hoog bleek. In een tweede fase pivoteerde de aandacht van het project van restaurants naar grote bedrijven, waar de sustainability teams een betere duiding aan dit project konden geven. In een derde stap werd bij vier klanten het project live gezet. Momenteel bieden nog enkele van deze bedrijven herbruikbare verpakkingen aan hun klanten, met gebruik van de Borro waarborgapp en verpakkingen van deSter. De terugbetaling van de waarborg zorgt bij hun systeem niet voor transactiekosten voor de klant.



“Deelname aan het GDAV initiatief was enorm waardevol. Het bood een professioneel platform om de juiste partijen te laten ontmoeten. Niet alleen om van gedachten te wisselen, maar ook om daadwerkelijk projecten af te toetsen; herbruik systemen concreet vorm te geven met andere betrokkenen in de keten voorbij de grenzen van het eigen bedrijf. Het heeft inzichten daaromtrent enorm gefaciliteerd en versneld.”

Bpost heeft tijdens dit project een oplossing uitgewerkt en getest om het e-shops mogelijk te maken een herbruikbare verpakking te gebruiken bij het verzenden van hun goederen naar consumenten, en ze de verpakking te laten terugsturen via het bpost - netwerk van rode brievenbussen.

Belangrijk in dit proces was om alle partijen over de hele keten aan boord van het project te krijgen: de e-shops, de verpakkingssleveranciers en de consumenten. Ook diende bpost een aantal interne processen aan te passen om dit mogelijk te maken.

Het project omhelsde conceptontwikkeling, marktonderzoek en benchmarking (2022) waarna een Minimum Viable Product (MVP) werd ontwikkeld. De migratie naar een commercieel product vond reeds plaats in 2023. Verschillende verpakkingssleveranciers werden uitgetest (o.a. Hipli, Re-Zip (Raja), ...).

Het proces opzetten vroeg iets meer tijd dan initieel gepland, omdat afspraken met verschillende partijen dienden gemaakt te worden.



Het concept is 100% operationeel en wordt al door een aantal kleinere e-shops gebruikt. bpost is 100% klaar voor grotere volumes en kijkt uit naar nieuwe e-shops die in het verhaal willen stappen.

Het product/proces wordt verder verfijnd naar verbeteringen bij het stimuleren van een groter percentage aan terugzendingen. Ook wordt verder gekeken naar verdere kostenverlagende maatregelen o.a. via design thinking. Vanzelfsprekend zullen grotere volumes hierbij een grote rol spelen.

Uit de piloot blijkt dat er nood is aan een grote gedragsverandering. Een ander mogelijk obstakel voor upscaling is dat karton is uitgesloten in de nieuwe PPWR-wetgeving om een minimum % aan herbruikbare verpakking te gebruiken.

Tijdens de piloot werden er al ongeveer 5000 éénmalige verpakkingen uitgespaard met een potentieel na opschaling van het 100-voudige in België.

In de toekomst zal er ook gekeken worden om een proces op te zetten voor grotere verpakkingen die niet via de rode brievenbus kunnen teruggestuurd worden.

“e-commercelogistiek en duurzaamheid kunnen perfect hand in hand gaan, dankzij het gebruik van herbruikbare verpakking en de reverse logistics van bpost “



Bringback heeft momenteel een afwasinstallatie voor herbruikbare glazen verpakkingen in Luik en wil er nu ook een opstarten in

Vlaanderen om zo een lokale oplossing te kunnen aanbieden. Daarnaast willen zij samen met andere GDAV-deelnemers een nieuwe glazen verpakking ontwikkelen en op die manier een volledige oplossing bieden: de verpakking, het reinigen en de logistiek. Op die manier hopen zij drank- en voedingsproducenten te laten omschakelen naar hergebruik door hen te ontzorgen.

Sinds het begin van de GDAV hebben meerdere gesprekken met retailers en de voedsel- en drankenindustrie plaatsgevonden met als doel herbruikbare verpakkingsdiensten te ontwikkelen. De stand van zaken evolueert traag maar in de juiste richting. Concrete resultaten tonen zich hopelijk in de nabije toekomst. Alle stakeholders moeten samenwerken om de keten circulair te maken: de producenten van verschillende merken moeten overschakelen op standaardpotten, de retail moet de herbruikbare bokalen aanvaarden wanneer ze leeg zijn, de logistiek van afwassen moet op poten gezet worden enz.

BRUGS TRANSITIEPLATFORM, “Korte Keten Anders Verpakt (KoKAV)”

Het Brugs Transitieplatform was reeds bezig met een project, genaamd “Lekker van hier”, een project dat focust op een circulaire keten voor Brugse voeding. In dit project wordt duurzame voedsel bij de producent opgehaald en naar een centraal verdeelpunt gebracht, van waaruit de producten verder verdeeld worden naar deelnemers (eindconsumenten, retail, horeca, etc). Het is een korteketen-initiatief en is per definitie gericht op duurzaamheid. Het BTP sloot zich bij de Green Deal Anders Verpakt aan om een extra pijler aan “Lekker van hier” toe te voegen, namelijk het gebruik van herbruikbare verpakkingen binnen dit project. Specifiek zou het Brugs Transitieplatform hier kunnen functioneren als

logistieke partner voor de inzet van herbruikbare verpakkingen. Binnen dit project is reeds een logistieke flow uitgewerkt, waardoor de extra logistieke lasten die herbruikbare verpakkingen met zich meebrengen al aangepakt worden. Door de bundeling van krachten van de deelnemers van het project zou ook een relatief groot draagvlak kunnen gecreëerd worden.

In realiteit is het project niet echt kunnen uitgewerkt worden, aangezien het Brugs Transitieplatform geen financiering heeft gevonden en niet het personeel noch middelen heeft om op eigen kracht herbruikbare verpakkingen in de keten te brengen.



CARREFOUR

“Kassazak, boodschappentas vergeten, Carrefour leent je er een”

Om de verspilling van materiaal en het gebruik van single-use plastics tegen te gaan, ondernam Carrefour een project om single-use kassazakjes compleet te elimineren. Wanneer de klant diens boodschappentas vergeten was, kon deze aan de kassa een herbruikbare zak uit textiel in bruikleen krijgen, waardoor plastic zakken overbodig werden. Voor de zak betaalt de klant een waarborg. Op deze manier kan de eliminatie van plastic winkelzakken gegarandeerd worden zonder de keuze aan de consument over te laten.

Het project is uiteindelijk niet uitgevoerd omdat er geen degelijke businesscase voor de aankoop en de reiniging van de zak gegenereerd kon worden. De reiniging was te duur voor Carrefour en ook de klant was niet bereid om hiervoor te betalen. De prijs van een kwaliteitsvolle zak lag ook te hoog om mee te geven met de klant zonder garantie dat deze zak teruggebracht zou worden. Indien de zak van lagere kwaliteit was, zou deze te snel verslijten tijdens het reinigingsproces.





Coca Cola Europacific Partners heeft zich binnen de Green Deal Anders Verpakt gefocust op de inzet en de test van opties om hun frisdranken aan te bieden in herbruikbare verpakkingen aan te bieden met de daarbij horende vulsystemen in nieuwe omgevingen buiten de reeds bekende (bvb. refillsystemen in fastfoodrestaurants). CCEP bouwde daarbij verder op de bredere ambities van The Coca-Cola Company op vlak van hervulbare verpakkingen en verpakingsloze oplossingen. Een belangrijke uitdaging daarbij was het ontwikkelen en op punt stellen van nieuwe apparatuur om dat alles mogelijk te maken. Doorheen de opstart en evolutie van het project werd al snel duidelijk dat de kwestie veel uitgebreider en complexer was dan aanvankelijk gedacht. Om die reden kan er vandaag nog niet gesproken worden van een afgerond project.

Concreet heeft CCEP een aantal testcases gelanceerd. De eerste was in een universiteitsomgeving, waar de verkoopautomaten van drankblikjes werden vervangen door refillmachines met parallelle verkoop van herbruikbare bekertjes en flessen. Al snel werd duidelijk dat de gebruikers hiervoor niet klaar waren: de hervulbare verpakkingen vormden een grotere drempel dan de blikjes voor studenten. Een andere test in de cafetaria bleek ook uitdagend, al bleek daar wel dat de drempel lager was om over te schakelen op dranken in eigen of ter plaatse beschikbare bekertjes of glazen wegens de grotere focus op consumptie ter plaatse. Een ander testproject in een bedrijfsomgeving leverde dan weer zeer goede resultaten op. Al dient daarbij gezegd te worden dat de adoptiegraad

door de gebruikers positief werd beïnvloed door de beslissing van de bedrijfsleiding om de dranken uit de refillmachine gratis aan te bieden aan het personeel. De overkoepelende uitdaging bij al die projecten draait rond de refillsystemen zelf. Om te beginnen is het niet eenvoudig om leveranciers te vinden voor de toestellen zelf. Bovendien zijn er voor plaatsing, aanvullen en onderhoud van de toestellen speciaal opgeleide mensen nodig.

Het gebruik van refillmachines vereist een permanente aandacht, waarbij hygiëne het grootste aandachtspunt is. Deze machines moeten voortdurend onderhouden worden, zeker wanneer ze niet op de schaal en het volume draaien zoals bij fastfoodrestaurants. Bovendien zijn er een aantal dranken die niet kunnen verdeeld worden door middel van refillmachines, in casu sappen en energiedranken. Dat alles maakt dat deze machines op dit moment nog niet economisch haalbaar zijn.

CCEP zal verder onderzoeken hoe de markt evolueert, zowel wat betreft de gewoontes bij consumenten als de technologische ontwikkelingen bij leveranciers van refillsystemen.

“Coca Cola Europacific Partners (CCEP) onderzocht binnen Green Deal Anders Verpakt de mogelijkheden voor verpakingsloze verkoop van dranken, buitenshuis. Aan de hand van verschillende on-field pilootprojecten werden hergebruikoplossingen getest, en dat onder verschillende omgevingsfactoren. We onderzochten hoe deze nieuwe technologieën in bepaalde omgevingen onze PET- en/of blikverpakkingen kunnen vervangen of aanvullen. Door middel van kwaliteitstesten en consumentonderzoek streven we naar oplossingen die zowel verpakking verminderen als commercieel levensvatbaar zijn.”

Elk jaar wordt meer dan de helft van alle groenten en fruit wereldwijd verspild. Komkommers, die bijzonder gevoelig zijn voor bederf, worden momenteel voornamelijk beschermd door plastic verpakkingen. Hoewel deze verpakkingen effectief zijn, dragen ze bij aan een enorme milieucrisis, en de druk om plastic uit de toeleveringsketen te verwijderen groeit snel. Er is dan ook een duidelijke en urgente behoefte aan duurzame, effectieve alternatieven voor plastic verpakkingen die fruit en groenten na de oogst beschermen tegen bederf, om zowel voedselverspilling te

verminderen als het gebruik van plastic te beperken. In dit project focust het consortium op de ontwikkeling en validatie van Cu-Seal; een op maat gemaakte eetbare coatingformulering en een volledig geautomatiseerde applicatiemachine, die samen zorgen voor plasticvrije bescherming van komkommers langs de toeleveringsketen. Deze innovatieve oplossing voorkomt voedselverspilling op een ecologische manier. Het project is nog lopend, er kunnen dus nog geen resultaten gedeeld worden.



COÖPERATIEVE VEILING ROESELARE, REO

“Omschakeling van de bestaande meermalige tomatenkist naar een meer duurzaam alternatief ter vervanging van de eenmalige kartonnen dozen”

Bij de start van de Green Deal Anders Verpakt diende de REO Veiling een project in dat als doel had een beter alternatief voor groentenkisten te voorzien. REO gebruikte een starre herbruikbare EPS-kist, terwijl veel van de klanten van de REO-veiling bij kartonnen dozen bleven. REO wou daarom samen met EPS ofwel een klapkist ontwikkelen met voordelen naar retourlogistiek ofwel een lichtgewicht alternatief van de starre EPS-kist. Dit voorstel lag nog niet concreet vast bij het indienen van het projectvoorstel.

Uiteindelijk verschoof de focus naar de ontwikkeling van een komkommerseal. Momenteel worden avocado's al bij 1 retailer gesealed met een

plantaardige, onzichtbare laag. Deze zorgt ervoor dat de avocado's langer vers blijven. De veiling startte een Vlaio-project op ter ontwikkeling van een seal rond komkommers.

4 partners nemen deel aan het project: REO, de Colruyt, de leverancier van de seal en de machinebouwer. De seal bestaat uit plantaardige enzymen. Dit E-product werd door de EU goedgekeurd als eetbaar. Bij de machinebouwer werd getest of de juiste 'seal'snelheid kon gehaald worden. Nadien test REO op houdbaarheid, frisheid en verkleuring van de sealing. Afhankelijk van deze resultaten wordt de seal geïntroduceerd op de Belgische komkommers.





Danone heeft zich aangesloten bij de GDAV om een bulk reuse project in België te introduceren. Het bedrijf wou het gebruik van plastic verminderen door een Danone yoghurt dispenser op de markt te brengen via de horeca. Op deze manier zouden single-use plastics vermeden worden. Specifiek ging het project bulk refill verpakkingen. Dankzij deze verpakkingen kan zowel het gebruik van plastic als voedselverspilling verminderd worden, omdat single-use plastics minder zullen gebruikt worden en de consument exacter kan gaan bepalen hoeveel yoghurt er nodig is. In de testfase zou dit geïntroduceerd geweest zijn in hotels in Vlaanderen.

Het project is nog niet afgerond, verschillende factoren hebben ertoe geleid dat het project vertraging opliep. Het project had drie redenen waardoor vertraging is opgelopen. De eerste reden is de economische haalbaarheid van deze projecten. Vanwege de kleine omvang van de markt is het moeilijk om investeringen voor fabrieken in de EU te rechtvaardigen. Schaalbaarheid en de mogelijkheid om op EU-niveau te werken zijn belangrijke factoren voor succes. In dit verband zal Danone Belux verder onderzoek doen naar co-financing mogelijkheden om dergelijke projecten te kunnen financieren. Tegelijkertijd zat Danone in een overgangsfase waarin ze nieuwe technologische ontwikkelingen afwachtten. Danone werkt inderdaad met verse producten waarvoor bulkverpakking en hergebruik moeten voldoen aan strenge voedselveiligheidsnormen. Dit is essentieel om de koelketen in stand te houden

en mogelijke besmetting te voorkomen. Dit is ook een belangrijke verstoring van de gewoonten van consumenten waarmee rekening moet worden gehouden bij de ontwikkeling van consumentgerichte oplossingen.

Momenteel zijn deze technologische ontwikkelingen wel aan het doorbreken, tijdens de Olympische Spelen heeft Danone yoghurt dispensers met pouches getest, die verdienen te exploreren. Ten slotte, dit is een tijdrovend en intensief project dat een toegewijd en transversaal team vereist, met specifieke expertise op het gebied van verpakkingen en circulariteit, evenals product- en operationele kennis. Danone was niet in staat om de benodigde middelen in België te behouden vanwege organisatorische veranderingen en wijzigingen in de projectteams.

“Packaging is essential to ensure that products reach consumers safely, preserve their quality and reduce food waste. However, its widespread use and problematic end-of-life management are creating major ecological challenges. This is why we have been committed for many years to plans to reduce plastic packaging, improve the circularity of plastics that cannot be eliminated, and recover those that are not kept in circulation. Currently in Belgium, we are proud that 93% of our packaging is recyclable. For us, it is key to foster partnerships and work all together to be able to land successful new models out of single use and contribute to shifting habits.”

DW Reusables ontwikkelde een herbruikbare sixpack voor dranken. Na een initiële studiefase met een gespecialiseerd bureau MADE werd een consortium gevormd bestaande uit Carrefour, Swinkels Family Brewers, Universiteit Antwerpen, Mivas, Fevia en DW Reusables. Verder werd er intensief samengewerkt met Tomra (leeggoedinname) en in een latere fase werd Twintag betrokken.

Het pilootproject is op dit ogenblik lopende tot einde 2025 waarna de evaluatie volgt, met mogelijkheid tot verdere opschaling. Zonder vooruit te lopen op de definitieve resultaten van de piloot, zijn er al een aantal erg waardevolle eerste learnings. Via de piloot en de consumer en retailer experience, zal de sixpack oplossing uit de piloot nog verder gefinetuned worden. In zulke gesloten keten projecten is het belang van

goede afspraken en regelmatig overleg tussen de verschillende stakeholders van essentieel belang. Er dient over alle aspecten van de keten grondig nagedacht en overlegd te worden: ontwikkeling van de standaard verpakking en krat, deposit handling en return vending proces, onder de loep nemen van het logistiek proces inclusief wassen. Na de piloot zal er meer gedetailleerde informatie zijn o.a. over het percentage geretourneerde verpakking, hoe deze innovatieve oplossing onthaald wordt door de winkeliers, en hoe het logistieke systeem er dient uit te zien bij opschaling.

De piloot leidt al tot een mooie reductie van 15000+ kartonnen sleeves, met begrijpelijkerwijze een potentieel van miljoenen verpakkingen bij een mogelijke opschaling in België alleen.



“Onze inzet voor het SIXPACK-project benadrukt de kracht van samenwerking en innovatie in het creëren van herbruikbare oplossingen voor de verpakgingssector, met Carrefour, Swinkels, Mivas, de Universiteit Antwerpen en Fevia als sterke en waardevolle partners in deze reis.”

Het project van Eacend is de ecologische bezorging van pakketten voor webshops door particulieren te organiseren. Particulieren die dagelijks op hun fiets of in de tram springen kunnen misschien wel iets verdienen door een pakket onderweg te leveren, en dit kan dan ook nog eens zonder extra omverpakking.

Sinds de start heeft Eacend een subsidie opgehaald van Vlaio. Zo is het bedrijf

professioneel kunnen beginnen aan de uitbouw van hun platform. De uitbouw van het platform duurde ongeveer een half jaar. Daarna zijn ze gestart met de eerste webshops te onboarden die ecologisch en verpakkingsvrij willen verzenden. Op dit moment hebben ze 3 actieve webshops die met hun plugin werken en zo automatisch pakjes aan hen doorgeven. Tegen midden 2025 willen ze 10 webshops verpakkingsvrij beleveren in regio Gent.

Eacend 



ECOVER-DELHAIZE

“In Store Refill Project”

Innovatie in Verpakkingsduurzaamheid met het Ecover-refill systeem bij Delhaize. In lijn met Delhaize's ambitie om verpakkingsafval te verminderen en circulariteit te bevorderen, werd samen met Ecover een refill-pilot project gelanceerd. Dit project introduceert een heropvulstelsysteem voor schoonmaakproducten in de geselecteerde Delhaize-winkels.

Klanten kunnen hun Ecover-flessen hergebruiken door deze eenvoudig bij te vullen in speciaal ontworpen refillstations.

Doelstellingen

1. Afvalvermindering: Het hergebruik van verpakkingen verlaagt het gebruik van wegwerpplastic.
2. Consumentengedrag veranderen: Klanten stimuleren om herbruikbare verpakkingen te omarmen.
3. Circulariteit vergroten: Samenwerken met leveranciers en klanten om een circulaire economie te ondersteunen.

Wat is er echt gebeurd (Resultaten en impact)

Tijdens de pilot zagen Delhaize en Ecover een groeiende acceptatie van het refillconcept, met een positieve respons van de klanten. Elke hervulde fles bespaart ongeveer 70% aan verpakkingsmateriaal in vergelijking met een nieuwe fles. Dit initiatief draagt dan ook direct bij aan hun duurzaamheidsdoelstellingen, waaronder het verminderen van virgin plastic en het verhogen van herbruikbaarheid.



Toekomstperspectief

Bij succes kan dit concept opgeschaald worden naar meer winkels en andere productcategorieën rekening houdende met de tot dusver opgedane ervaringen:

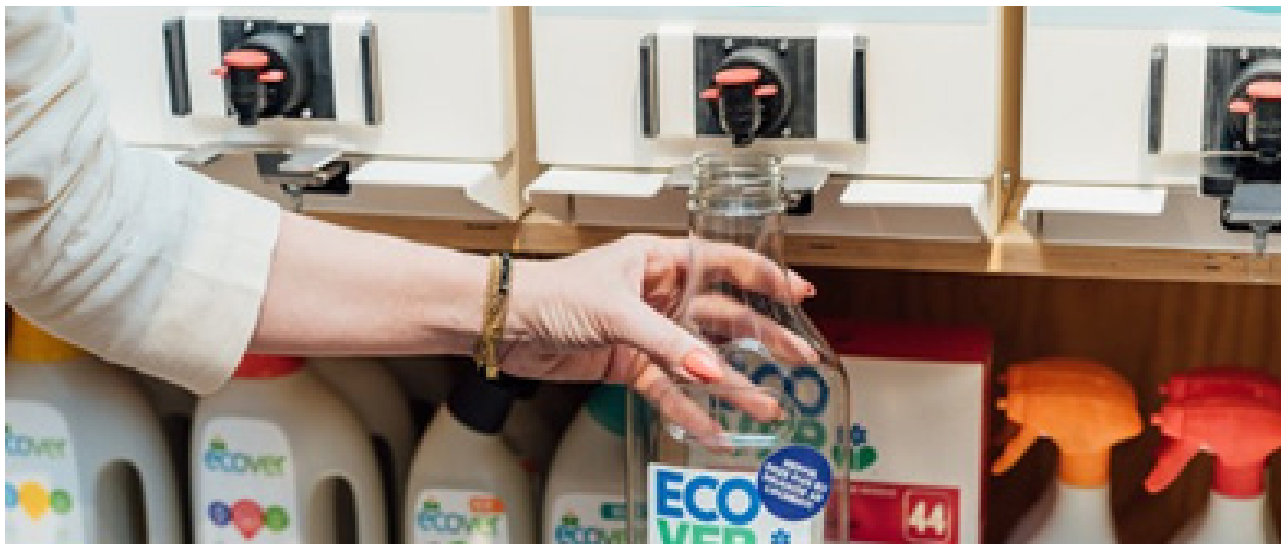
Een positieve business case krijgen uit een instore refill project wat in afzonderlijke retail niet haalbaar is.

- Refill (alook reuse) projecten moeten gestandaardiseerd worden. Eenzelfde refill cartridge systeem voor alle Belgische retailers.
- Refill (alook reuse) projecten moeten geschaald worden. De nodig reverse logistic brengt extra kosten met zich mee, een viable business case is enkel mogelijk op grote schaal.
- Refill (alook reuse) projecten vergen een algemene gedragsverandering van klanten want dit is individueel (per retailer) bijna onhaalbaar.



Een Refill/Reuse project vergt een brede samenwerking opdat het economisch haalbaar zou zijn. Een bijkomende vereiste is standaardisatie en schaalvergroting.

Refill en reuse zullen deel uitmaken van de oplossing om het aantal wegwerpverpakkingen in de toekomst te verminderen. Om economisch haalbaar te zijn, is brede samenwerking, standaardisatie een absolute vereiste.



ETHECLO

“Gekoelde leveringen in first-en lastmile – Veilig, duurzaam en slim”

In het kader van de Green Deal Anders Verpakt ontwikkelde Ethe clo een duurzame oplossing voor vervoer van temperatuurgevoelige producten. Het vervoer van dergelijke producten is niet altijd eenvoudig, vooral in een korte ketenomgeving. Daarom zet Ethe clo zich in voor de ontwikkeling van een verpakkingsarme logistiek die focust op duurzame mobiliteit en een vermindering van voedselverspilling. Het resultaat hiervan is de Ethe clobox, een geïsoleerde transportdoos. Deze box biedt optimale keuzevrijheid van transport, er is de mogelijkheid om deze zelf te vervoeren en om beroep te doen op een regulier distributienet. Door het ontwerp van de box is er



zelf geen behoefte aan gekoelde wagens. Bij het indienen van het project was Ethe clo vooral op zoek naar partners, omdat zij een afzetmarkt voor deze boxen nodig hadden. Met deze partners hadden ze dan graag een pilootproject opgestart.

Vanwege interne redenen is het project niet meer verder kunnen gecommuniceerd en voltooid worden binnen de Green Deal Anders Verpakt.

EURO POOL SYSTEM

“Viskrat”

Het project van Euro Pool System binnen de Green Deal Anders Verpakt was de ontwikkeling van herbruikbare viskratten. Tegenwoordig wordt verse vis getransporteerd in piepschuim verpakkingen die in het beste geval gerecycleerd wordt en anders weggegooid. Euro Pool System wou deze eenmalige piepschuim kratten vervangen door meermalige kratten, terwijl de bestaande functionaliteit behouden wordt. Gedurende de loop van dit project ging EPS matrijzen testen en businesscases opstellen met als doel live te gaan in de tweede helft van 2024. Deze go-live zou

mogelijk zijn bij retailers en verpakkers van verse vis. Indien mogelijk zou dit een project ook in de rest van Europa ingaan.

Het project heeft vertraging opgelopen door een shift in prioriteiten bij Benelux retailers. Het project is opnieuw opgenomen in Frankrijk, maar als gevolg van vertraagde wetgeving liep het ook hier niet helemaal vlot. Onder impuls van de Franse overheid wordt het project nu verder uitgewerkt met Franse retailers.



FOODBAG

“Smartmat – Reusable Packaging System”

Het project van Foodbag richtte zich op de implementatie van herbruikbare verpakkingen in de distributie van maaltijdboxen, met als doel bij te dragen aan een duurzamere logistieke keten en een circulaire economie. Vanuit een duidelijke klantvraag – 75% van hun klanten gaf aan gebruik te willen maken van herbruikbare boxen – hebben ze een traject opgezet waarin innovatie, samenwerking en duurzaamheid centraal staan.

Ze startten met één type herbruikbare box en voerden een gefaseerde uitrol uit, beginnend in één regio. Dit gaf hen de kans om het systeem te testen en te optimaliseren voordat ze het breder implementeerden. De gekozen box is ontworpen met duurzaamheid en gebruiksgemak in gedachten: gemaakt van voedselveilig virgin materiaal, compatibel met hun logistieke processen en voorzien van een geïntegreerd deksel om verlies te voorkomen. Dankzij de toepassing van RFID-technologie kunnen ze boxen efficiënt traceren, hun waarborgsysteem automatiseren en een transparant retourproces aanbieden. Tijdens het project hebben ze geleerd dat samenwerking binnen het hele proces cruciaal is. Hun chauffeurs werden getraind om klanten actief te vragen om boxen te retourneren en ze correct te verwerken in het depot. Tegelijk hebben ze klanten geïnformeerd over het gebruik van de herbruikbare verpakkingen en overwogen ze extra stimulansen, zoals loyaltypunten, om de adoptie verder te vergroten.

De eerste resultaten zijn veelbelovend: klanten waarderen de herbruikbare boxen, en ze hebben waardevolle inzichten opgedaan in logistieke uitdagingen, zoals het samen vervoeren van kartonnen dozen en boxen. Het project is niet alleen een stap in de richting van minder afval en een kleinere ecologische voetafdruk, maar vormt ook een solide basis voor verdere uitbreiding. In 2025 plannen ze een nationale uitrol, later ook nog de introductie van nieuwe formaten om in te spelen op groeiende klantbehoeften.



“Met onze herbruikbare box zetten we een belangrijke stap richting een duurzamere toekomst. Door innovatie en eenvoud te combineren, bieden we onze klanten een praktisch én milieuvriendelijke oplossing. Samen verminderen we verpakkingsafval en bouwen we aan een circulaire economie.”

FrieslandCampina zette zich voor de Green Deal Anders Verpakt in op een refill station voor zowel de consument als voor retail en de ontwikkeling een duurzame, herbruikbare fles. De uitwerking van beide producten is hiervoor belangrijk geoordeeld aangezien deze flessen gebruikt zouden worden bij het refill station. Op deze manier levert FrieslandCampina een quasi-verpakkingsloos product. Om dit project te realiseren had FrieslandCampina een aantal contacten willen leggen, namelijk een retailer nodig die openstond om dit proefproject te helpen uitvoeren, een machineleverancier die instond voor de ontwikkeling van het refill station, bij voorkeur Ecover omdat deze frontrunners op de markt zijn en een kennisinstelling om onderzoek naar wensen en noden van de consumenten te voeren. Het project ging starten bij melk vanwege de hoge consumptie van melk en zou daarna mogelijks de scope uitbreiden naar andere zuivelproducten.

Uiteindelijk liep de uitvoering van het project wat mis vanwege meerdere moeilijkheden. Het project is nooit uitgewerkt en is stil gelopen. Dit kwam

door problemen zoals gebrek aan het correct personeel dat zich hierop kon focussen en de lage urgentie voor dit project voor FrieslandCampina. De contacten met partners die FrieslandCampina nodig had om het project uit te voeren zijn nooit gelegd, specifiek in de retail en materiaalleveraars.

FrieslandCampina had ook andere hergebruikprojecten die niet deel waren van de GDAV en deze hadden voorrang in de periode van de Green Deal Anders Verpakt. FrieslandCampina gebruikt al decennialang hervulbare flessen. Deze worden gereinigd en opnieuw gevuld. In het project dat vlak voor de start van GDAV geïnitieerd is, werd de literfles aangepast om deze hersluitbaar te maken. Daardoor is het gebruiksgemak van deze fles verbeterd. FrieslandCampina had hiermee ingespeeld op de initiële verplichting tot het gebruik van een aandeel herbruikbare flessen in de PPWR. Helaas voor dit initiatief is zuivel van die verplichting uitgezonderd en is deze herbruikbare fles een nice-to-have geworden in plaats van een need-to-have.



FutuRE Proof BV

“futuREproof: herbruikbare verpakkingen als dienst voor bestel- en afhaalmaaltijden”

Doelstelling en aanpak

FutureProof heeft zich gericht op het verminderen van afval in de horeca door de introductie van twee gratis systemen voor herbruikbare verpakkingen (bibliotheekstelsysteem en waarborgstelsysteem) in voornamelijk Gent, Leuven, Antwerpen en Mechelen. Door samen te werken met diverse horecagelegenheden hebben ze een systeem opgezet waarbij klanten hun maaltijden die ze meenemen in herbruikbare containers kunnen krijgen. Deze verpakkingen kunnen vervolgens worden ingeleverd bij verschillende inleverpunten in de horeca zelf, waarna ze worden gereinigd en opnieuw gebruikt. De expansie was beperkter dan voorzien, vanwege trage adoptie t.g.v. mentaliteitswijziging bij Horeca en consument. Hierdoor hebben ze veel meer moeten inzetten op marketing en sensibilisering dan voorzien, eerder dan op uitbreiding van het netwerk.

Resultaten en impact

De resultaten van dit project zijn veelbelovend. FutureProof heeft kunnen vaststellen dat het gebruik van gratis herbruikbare verpakkingen heeft geleid tot een reductie van wegwerpafval, 1500 eenmalige verpakking die jaarlijks al vermeden zijn dankzij het project. In de

toekomst zou dat wel honderdduizenden tot miljoenen kunnen worden bij opschaling. Daarnaast hebben ze gemerkt dat zowel horecaondernemers als consumenten positief reageren op deze duurzame oplossing, al is er ook nog enige terughoudendheid i.v.m. het veranderen van de eigen gewoonten en de extra verantwoordelijkheid om terug te brengen. Veel consumenten én uitbaters waarderen het initiatief. Voor horecaondernemers biedt het systeem de mogelijkheid om hun duurzaamheidsdoelstellingen te realiseren en een positief imago op te bouwen.

Conclusie en toekomst

Het project van FutureProof was een succes in het demonstreren van de haalbaarheid van gratis herbruikbare verpakkingen in de horeca, alsook het gebruik van twee verschillende incentiveringssystemen door elkaar. De positieve resultaten en feedback van deelnemers moedigen ons aan om dit initiatief verder uit te breiden. In de toekomst willen ze zich richten op het vergroten van het aantal deelnemende horecagelegenheden en het vergroten van het bewustzijn onder consumenten over het belang van duurzame verpakkingen.



GAASCH PACKAGING NV

“Het gebruik van retourneerbare glazen bokalen in de Belgische voedingsindustrie en retail uitbouwen”

GAASCH PACKAGING

Gaasch Packaging nam deel aan de Green Deal Anders Verpakt om gestandaardiseerde, retourneerbare glazen voedingsbokalen een realiteit te maken binnen de Belgische voedingsindustrie en retail. In het huidige klimaat worden glazen bokalen gerecycleerd in de plaats van hergebruikt, terwijl dit in andere segmenten zoals bier wél ingeburgerd is. Dit zorgt voor een verlies aan grondstoffen. Gaasch Packaging heeft bij aanvang van de GDAV aanzienlijk veel tijd geïnvesteerd in het samenbrengen van de belangrijkste actoren in de keten om hieraan

te werken. Vlaamse merken, producenten en maatwerkbedrijven werden betrokken om een pilootproject op te zetten en zo te valideren of het gebruik van gestandaardiseerde en retourneerbare glazen bokalen in de Belgische retail een schaalbaar model is. Ondanks de steun van Comeos, kon de retail niet meer in het project betrokken worden omwille van andere prioritaire categorieën van verpakkingen. Deze werden voornamelijk bepaald door de PPWR. De communicatie over dit project is daarom stopgezet.

GRAINE DE MALICE

“Flexbox – De oneindig herbruikbare verzenddoos”

Loopipak nam deel aan de Green Deal Anders Verpakt met als doel herbruikbare oplossingen te ontwikkelen die het gebruik van wegwerpverpakkingen in e-commerce en de industrie drastisch verminderen. Loopipak is een Belgisch project dat herbruikbare verpakkingen aanbiedt als alternatief voor wegwerpkartonnen dozen en plastic wikkelfolie, zowel in de e-commercesector als in industriële logistiek (bijvoorbeeld voor palletten of rolcontainers). Graine de Malice biedt een gamma van standaardverpakkingen, maar ontwikkelen ook op maat gemaakte oplossingen, aangepast aan de specifieke logistieke noden van hun klanten. De verpakkingen zijn vervaardigd uit gerecupereerde materialen (zoals oude

publiciteitszeilen), zijn plooibaar, waterafstotend, ergonomisch, en ontworpen voor een lange levensduur. Daardoor hebben ze een ecologische impact tot 30 keer lager dan wegwerpverpakkingen. Loopipak biedt een volledig dienstenpakket aan: ontwerp, productie, reiniging, herstel en herinzet van de verpakkingen, in samenwerking met sociale werkplaatsen. Deze verpakkingen zijn beschikbaar zowel te koop als te huur, zodat bedrijven flexibel kunnen kiezen op basis van hun gebruik en voorkeuren. Dankzij deze aanpak helpen we bedrijven hun ecologische voetafdruk te verkleinen, zich voor te bereiden op de toekomstige regelgeving (zoals de PPWR), én hun logistieke processen duurzamer en efficiënter te maken.

GROUP BRUNO

“Bruno Coffee Cup”

Group Bruno wil samen met de GDAV het gebruik van single-use plastics verminderen door een duurzame overschakeling te maken in hun aanbod eenmalig eet-en drinkgerei. Specifiek focussen ze op een herbruikbare koffiebeker in plaats van een wegwerpkoffiebeker in een aantal geselecteerde locaties (tankstations en andere eetgelegenheden). Dankzij dit project worden ook partners bekend met begrippen en ideeën van de circulaire economie.

Momenteel is dit project in een voorbereidende fase, zo ondergaan de gekozen bekertjes testen

in onder andere wasrotaties. Door de goede keuze van het materiaal moet de herbruikbare beker maar een paar keer gebruikt worden om gelijke kosten te hebben als een wegwerpbeker. Via QR-codes worden de gegevens van de bekertjes opgeslagen (bv rotaties). Klanten krijgen een propere beker bij de inlevering van een gebruikte.

Binnen enkele maanden wordt dit project uitgetest in tankstations. Bij een succesvolle uitrol zou dit tot wel een half miljoen wegwerpbekertjes kunnen uitsparen!

GROUP
BRUNO

“Samen onderweg met de Group Bruno naar een groenere toekomst: herbruikbaar verpakt, bewust gekozen.”

Bavet is een collectie van 14 restaurants doorheen Vlaanderen en Brussel en heeft in 2023 samen met delivery partner Deliveroo, in het kader van de GDAV, een project ingediend waarbij de doelstelling was om in de Leuvense Bavet - restaurants ook herbruikbare verpakkingen te integreren in het circuit van de afhaal - en thuis geleverde maaltijden.

Jaarlijks worden in deze restaurants duizenden maaltijden geconsumeerd die niet plaats vinden in het restaurant, maar op kantoor, thuis, op kot, en deze maaltijden gaan gepaard met een éénmalig te gebruiken verpakking.

Deze verpakkingen zijn, ondanks dat ze composteerbaar zijn, geen cadeau voor de afvalverwerking en het klimaat.

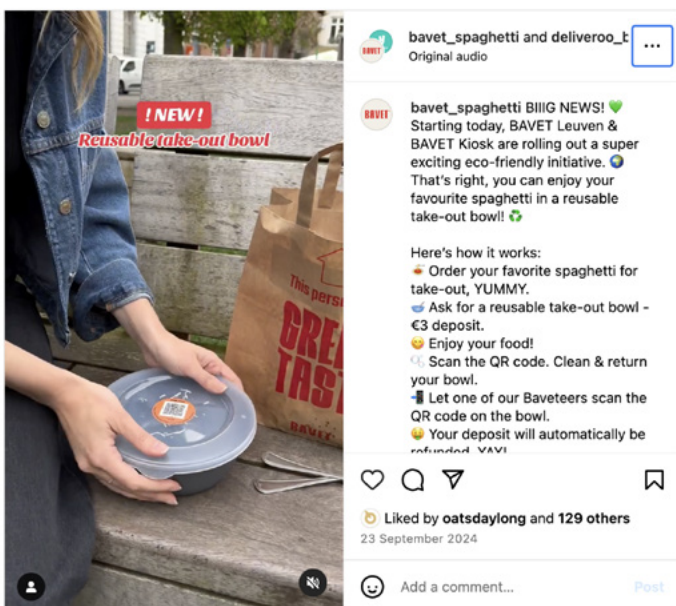
Om dit probleem aan te pakken is er na lang onderzoeken en na meerdere gesprekken met verschillende potentiële partners, besloten om een samenwerking aan te gaan met Borro.

In deze samenwerking ontzorgde Borro Bavet en Deliveroo van de logistieke flow:

- Zoeken van de juiste materialen
- Systeem fine-tunen waarbij de klant effectief een voorschot betaald, maar dit op een vlotte en snelle manier terugkrijgt wanneer de verpakking wordt teruggebracht
- Verzamelen van cijfers en data

Vanaf september 2024 werd het mogelijk om bij de bestelling van een maaltijd in het restaurant, via de website van Bavet en via Deliveroo aan te vinken dat de klant deze maaltijd in een herbruikbare verpakking wenste. Men betaalde hiervoor een voorschot van 3 Euro. Wanneer de verpakking werd teruggebracht, kregen de klanten niet alleen hun voorschot terug, maar ook kortingen en waardebonnen voor hun volgende bestelling. Op deze manier werden klanten beloond en gestimuleerd om voor deze optie te kiezen.

Sinds September (de soft-launch), werden tussen de 700 à 1000 maaltijden geregistreerd in een herbruikbare verpakking.



“Alleen verander je de wereld niet, maar een gezonde dosis impulsiviteit, opportunisme, durf en de juiste mensen om je heen, kunnen je misschien wel al helpen een stap in de goede richting te zetten.”

HOBART

“Hygiënisch afwassen van herbruikbare bekens”

Hobart zette zich in voor het milieu in het kader van de Green Deal Anders Verpakt door herbruikbare verpakkingen te gebruiken in samenwerking met hun projectpartners, Douwe Egberts en Burger King/Quick. Dit ging gebeuren door machines, technologie, apparaten en reiniging aan te bieden aan deze partners. Met

deze vaatwassers en drogers wordt de overstap naar het gebruik van herbruikbare containers vereenvoudigd voor klanten van Hobart.

Hobart heeft problemen ondervonden in het uitvoeren van het project omdat de wetgeving nog niet op fastfoodketens afgestemd is.



IKEA

Vermijden en later verder verminderen van single use saucups door het gebruik van sauspompen en het zoeken naar een herbruikbaar alternatief voor sausjes

IKEA sloot zich aan bij de Green Deal Anders Verpakt nadat IKEA wereldwijd single use plastics heeft verbannen sinds 2021 en die vervangen heeft door sauspompen met een inhoud van 3 liter. Momenteel pompt de consument zelf zijn saus op het bord of in een papieren cupje. Via de Green Deal Anders Verpakt zoekt IKEA naar een alternatief om de rest van het afval te vermijden. Omdat deze cupjes containers voor sauzen zijn,

kunnen deze niet gerecycleerd worden. Specifiek wou IKEA het gebruik van het cupje vermijden of een herbruikbaar alternatief kunnen aanbieden. Glazen cupjes waren geen goed alternatief omdat deze niet gereinigd konden worden in de industriële afwasmachines.

IKEA heeft nog niet kunnen rapporteren over hun onderzoek naar alternatieven.



ISS FACILITY SERVICES

ISS heeft twee verschillende projecten uitgevoerd in het kader van de Green Deal Anders Verpakt.

Cleaning Pouches

Introductie van nieuwe cleaning concept voor een maximale reductie van de noodzakelijke verpakkingsmaterialen. ISS wil met hun project een aantal van hun reiningsproducten in pouch systemen verpakken, in plaats van PET-flessen, met een doseringsmachine om de juiste hoeveelheden te gebruiken. De pouches worden aangesloten op een systeem dat automatisch de juiste hoeveelheid water en reinigingsproduct mengt. Dit zorgt voor een consistent en gebruiksklaar product. Een overgangsfase van de ene naar het andere product vraagt altijd tijd en energie om genoeg testen te doen en het aanpassen van de machines om de compatibiliteit van de nieuwe verpakking met de bestaande systemen te testen. Het moet ook gemakkelijk te gebruiken zijn voor de medewerker. Dat is een heel belangrijke factor bij de overgang naar nieuwe verpakkingen.



Herbruikbaar cateringmateriaal

Introductie van hergebruik concepten die inzetten op sterke reductie van verpakkingen binnen catering via hergebruik. De implementatie hiervan is complex en omvat logistieke uitdagingen. Het systeem van statiegeld bijvoorbeeld, vereist dat een klant een borg betaalt voor de verpakking, vaak is er weerstand van de klanten. Ze zijn niet bereid om extra stappen te nemen die nodig zijn voor het hergebruik van verpakkingen. Er werden vanuit ISS verschillende tests uitgevoerd met herbruikbare verpakkingen. Hoewel sommige tests succesvol waren, keerden de meeste klanten uiteindelijk terug naar wegwerpopties vanwege de complexiteit en kosten. Sommige klanten van ISS zijn ook industriesectoren waar een koffiepauze bijvoorbeeld een heel drukke moment is die heel snel moet gebeuren. Het systeem moet dus heel efficiënt en gemakkelijk zijn, het moet ook in een zeer beperkte ruimte gebeuren, dat maakt het vraagstuk nog complexer.

Het project Kamon had als doel een digitaal CoSaaS platform voor herbruikbare verpakking te analyseren en te ontwerpen. Dit platform zou gebruikt kunnen worden door meerdere verpakkingsaanbieders. Zo zou het aan eindklanten het gebruiksgemak van 1 app voor alle soorten verpakking geven. Het zou aan restaurants de vrijheid geven om de beste verpakking voor verschillende soorten gerechten te kiezen, en dus klant van meerdere aanbieders

te worden. Hierdoor wordt snel een grote markt voor herbruikbare verpakkingen gecreëerd, een basisvoorwaarde voor een succesvol verpakkingssysteem. In het CoSaaS model worden de aanbieders bovendien mede-eigenaar van het platform, waardoor zij niet afhankelijk worden van een software aanbieder. Wegens interne problemen werd het project niet helemaal gerealiseerd.



“KOMBAK”

Fair Resource Foundation, Ivago, Stad Leuven

De opzet van het project Kombak was een circulaire keten opzetten voor herbruikbaar cateringmateriaal voor afhaal- en bezorgmaaltijden in Gent en Leuven, met als doel meer horecazaken in deze steden te hebben die afhaal- en/of bezorgmaaltijden aanbieden in herbruikbare recipiënten, én dat meer consumenten op dit aanbod ingaan.

Door in 2 steden aan de slag te gaan konden ze met twee varianten op eenzelfde concept werken, en zo een A-B-testing doen rond 2 verschillende waarborgsystemen.

Stad Leuven

Hier werd ‘het bibliotheeksysteem’ getest: wanneer een consument een potje afhaalt wordt geen waarborg gevraagd maar wel de persoonsgegevens. Na het ‘ontlenen’ van het potje krijgt men een termijn om het terug binnen te brengen en worden reminders gestuurd per mail. Pas als het potje niet teruggebracht wordt, worden kosten aangerekend. In Leuven vonden ze slechts 10 zaken die mee wilden doen. Er werd gecommuniceerd maar door omstandigheden niet op het goede moment, waardoor de studenten niet voldoende geïnformeerd waren en weinig deelnamen. Uitgeleende potjes werden ook te weinig teruggebracht. Bij extra tijd zou de stad meer doelgerichte acties naar de horeca nemen en ook communiceren naar grote bedrijven met veel werknemers als potentiële klanten.

IVAGO (Gent)

In Gent werd met een klassiek waarborgsysteem gewerkt. Het was zeer moeilijk om cijfers over potjes op te halen bij de deelnemende

zaken aangezien zij dit allemaal manueel moesten bijhouden. Van de 21 zaken die meehebben gedaan, hebben 4 zaken hun cijfers gerapporteerd. In 2024 werden al 2000 eenmalige verpakkingen vermeden, dat zou potentieel wel meer dan 10.000 kunnen betekenen met de cijfers van alle horecazaken.

“KOMBAK maakt van Gent
nog een groenere en
aantrekkelijker stad.”

“Dankzij KOMBAK wil
niemand nog in Gent in
wegwerpbakjes eten!”

Fair Resource Foundation



Fair Resource Foundation

Projectleider van KOMBAK. Zij hebben heel veel energie moeten steken in het meekrijgen van restaurants en het aanzetten van consumenten tot deelname. De horecazaken starten gemotiveerd maar wanneer consumenten er niet naar vragen raken de potjes op de achtergrond en zo wordt er nog minder naar gevraagd. Horeca-uitbaters hebben ook erg weinig tijd om hier extra moeite in te steken (klanten aanspreken, data verzameling...).

Consumenten vergen de potjes terug te brengen of vinden ze mooi en besluiten ze thuis te gebruiken. Het gebruik van een app werd vaak als drempel ervaren.

Een goeie werking van het systeem hangt ook vast aan de diensten die de serviceproviders leveren en dit bleek niet altijd even evident.



KISSPLANET

“Zero Waste Bulk Online”

Als deel van de Green Deal Anders Verpakt ontwikkelde KissPlanet een recipiënt om de levering van droge voedingsproducten, vaste hygiëne- en schoonmaakproducten duurzamer te maken. KissPlanet ontwikkelde zeven modellen herbruikbare, katoenen, biologische zakken die gebruikt kunnen worden om eenmalige verpakkingen voor online bestellingen te elimineren. De consument leegt deze zak na levering en stuurt deze terug via de voorziene retourenveloppe. KissPlanet reinigt en strijkt deze zakken bij ontvangst en crediteert de klant

met statiegeld en de zak kan terug in de omloop gebracht worden.

Aangezien de online winkel niet zo goed draaide besloot de firma zich vooral te focussen op hun herbruikbare verpakkingen onder de naam Loopipak. Ze ontwikkelden een systeem met verschillende soorten ‘plastieken’ enveloppen en zakken, gemaakt uit afvalstromen. Ze bieden deze service aan bij bedrijven die producten verzenden, zowel B2B als B2C.





Het project van Lidl binnen de Green Deal Anders Verpakt situeert zich in het groenten en fruit segment. Naar aanleiding van de SUP-wetgeving en met oog op de PPWR waar kunststof verpakkingen bij groenten en fruit in het vizier komen. Ze wouden graag een project opstarten om te kijken of ze verpakkingen kunnen weglaten en bijgevolg kunststof kunnen besparen door de producten in bulk aan te bieden. Hier hielden ze niet alleen rekening met kunststofbesparing, maar was het natuurlijk ook belangrijk dat de kwaliteit van de producten niet in het gedrang werd gebracht. Naast ecologische en kwalitatieve eisen, werd er natuurlijk ook rekening gehouden met economische eisen. Zo worden afschrijvingen (veroorzaakt door kwaliteitsverlies), alsook impact op verkoopcijfers, meegenomen bij de finale beslissing dat ze ofwel de verpakking in de toekomst zullen weglaten, of ze het product opnieuw in verpakking zouden verkopen. Daarnaast hebben ze ook nog een hybride oplossing in het leven geroepen, waar een product met en zonder verpakking aangeboden wordt in de toekomst.

Het project verloopt voornamelijk tussen de interne afdelingen verpakking, inkoop groenten & fruit en logistiek, in samenwerking met enkele externe gekende partners (leveranciers). Bij aanvang van het project worden leveranciers geïnformeerd omtrent schakelen naar losse verkoop voor bepaalde groente- en fruit artikelen door de betreffende inkopers. In de eerste fase worden artikelen regionaal getest voor losse verkoop en volgt een evaluatie. In de volgende fase wordt de test herhaald op nationaal niveau om demografische invloeden uit te sluiten. Koopgedrag in grootsteden verschilt bv. sterk van landelijke gebieden. Gedurende de laatste fase van het project wordt beslist welke artikelen geschikt zijn om een permanente switch te maken. Om dit mogelijk te maken dient het logistieke departement de nodige administratieve aanpassingen te maken in hun processen. Door de overstap te maken naar losse verkoop wordt per eenheid verkoop een nettogewicht verpakking bespaard. Gekoppeld aan de inkoop-en verkoopcijfers kan daaruit de totale besparing op jaarbasis aan verpakking bepaald worden.



“Groenten-en fruit categorie wordt sterk geïmagineerd door de PPWR, veel retailers hebben die stap ook al gelegd, net zoals Lidl, die herbruikbare AGF-zakjes als enige alternatief biedt voor groenten en fruit die in bulk verkocht worden. “Lidl bewijst als duurzame retailer dat minder meer kan zijn. In het kader van het project ‘Green Deal Anders Verpakt’ hebben we onze verpakkingen in het groente- en fruitsegment onder de loep genomen. Dit heeft geleid tot succesvolle veranderingen waarbij onnodige verpakkingen voor verschillende producten zijn geëlimineerd”

Duurzaamheid zit in het DNA van Expanscience. Het verminderen van afval – zero waste – is een van de engagementen van het merk Mustela. Daarom werd begonnen met de bulkverkoop van Mustela-producten onder de naam “Reviens”. Het aanpakken van de grote afvalberg kan Expanscience niet alleen. Daarom is het belangrijk om samen te werken met andere bedrijven in de sector, en de Green Deal Anders Verpakt gaf deze kans.

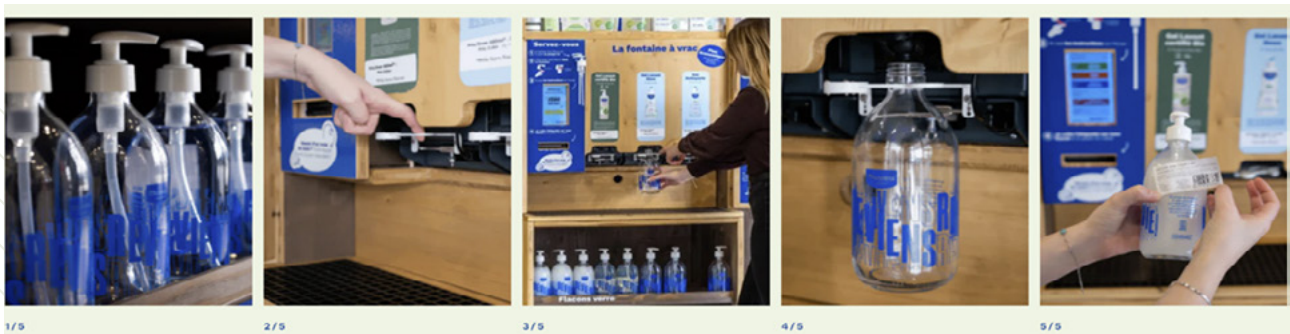
Momenteel zijn er 14 apotheken (in Vlaanderen, Wallonië en Brussel) die een geautomatiseerd zelfbedieningsnavulstation met herbruikbare glazen en plastic flessen hebben (Reviens). Het navulstation biedt de consument drie producten in bulk aan: de Zachte Wasgel, de Bio Wasgel en het Reinigend Water van Mustela. Deze milieuvriendelijke en verantwoorde distributiemethode wint steeds meer terrein. Het bulk aanbod van Mustela, dat in Frankrijk al wordt getest sinds 2020, sluit naadloos aan bij het ecologisch verantwoorde beleid van Mustela productrange, die sinds 2018 B-Corp. gecertificeerd

is, een internationaal label dat de economische, sociale en milieu-engagementen van bedrijven erkent.

Het Mustela-reviens project zit nog steeds in een “test” periode en dit moet toelaten om hieruit nuttige lessen te trekken. Hoe het project vandaag de dag wordt uitgerold, is voorlopig economisch nog niet leefbaar.

Er komt echt veel bij kijken om zo'n project te ondersteunen, vooral als er meerdere partijen tussenkomen. (product, verpakking, afvulinstallatie, software, enz.)

De vraag en interesse naar bulkproducten in de apotheken is er wel, maar de stap van de consument naar herafvullen is nog relatief laag. Tegelijk ijvert Mustela continu om het ecologische ontwerp van de producten te verbeteren en om het aantal verpakkingen in te dijken om op die manier steeds dichterbij de koolstof neutrale doelstelling tegen 2030



[Mustela Reviens pilot project](https://www.instagram.com/mustela.belgium/?ref=BYDQiMux&hl=fr)

<https://www.instagram.com/mustela.belgium/?ref=BYDQiMux&hl=fr>

Het project van Nestlé bestaat uit het introduceren van een herbruikbare display bij de retail. Momenteel zijn deze single use. De displays bestaan hoofdzakelijk uit karton dat na gebruik wel gerecycleerd wordt, maar Nestlé wil verder gaan en kiest voor hergebruik.

Studies tonen aan dat een herbruikbare display een levensduur van 3 jaar heeft. Elke single use display bestaat uit 6.3kg karton. Als dit karton herbruikt wordt levert dit een preventie van 90% aan materiaalgebruik op! Nestlé bereikt hiermee 80% CO2 besparing. Dit project kadert in hun algemene duurzaamheidsstrategie.

Een optimale logistieke en administratieve flow wordt uitgewerkt. Blijft de display na gebruik bij de retailer, of gaat ie terug naar Nestlé? Zal de display geleasd of aankocht worden?

Er gebeurt een 1e test met een koffiedisplay. Een tussentijdse evaluatie zorgt voor optimalisatie en wanneer de testresultaten hierna goed zijn wordt een uitrol voor meer productcategorieën en retailers voorbereid.

Bij de uitvoering van het project botsten ze op meerdere moeilijkheden:

- Het vinden van een retailer die wou samenwerken
- De juiste verantwoordelijken binnen elke medewerkende partij vinden
- Het samenkrijgen van al die belanghebbenden op vergaderingen

Conclusie: om een nieuw idee aan te brengen is tijd nodig!

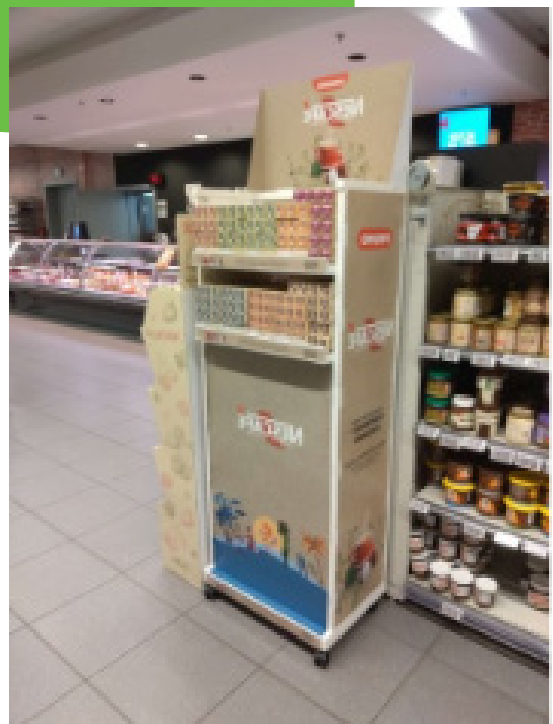
In 2024 werd een pilot uitgevoerd in 15 Delhaizes. De evaluatie van het project is nog niet helemaal rond, maar volgende resultaten kunnen alvast gedeeld worden:

- De Delhaize zal eigenaar worden van de displays (en niet huren). Zij moeten dan wel stockageruimte voorzien maar de logistieke factor verdwijnt.
- Als eigenaar beslist de Delhaize zelf welke brands ze in de displays belichten, adhv tijdelijke promo's,... Op termijn komt zo hopelijk 1 display voor alle brands.

De databerekening is nog niet definitief, maar spreekt van een besparing van 67 ton aan karton wanneer dit project wordt verdergezet en opgeschaald naar alle Delhaizes (vroeger ongeveer 10.000 eenmalige displays/jaar). Dat betekent een CO2 besparing van 85%! Bij positieve evaluatie wordt dit opgeschaald naar de andere retailers.



“Het Green Deal Anders Verpakt project van Nestlé richt zich op het verbeteren van de duurzaamheid van promotiedisplays in de Belgische retailsector. Door herbruikbare displays te introduceren, streven we naar een aanzienlijke vermindering van materiaalverspilling en een positieve impact op het milieu. Dit project toont aan dat samenwerking met verschillende stakeholders cruciaal is voor het implementeren van duurzame oplossingen.”



Het uitbouwen van een experiencecenter waar herbruikbare verpakkingen en verpakkingsoplossingen verzameld worden (zowel fysiek als online).

Fase 1:

- Onderzoeken, aanschrijven, verzamelen van de verschillende aanbieders van diverse producten en diensten met betrekking tot herbruikbare verpakkingen, zowel nationaal als internationaal. Dit is een continu proces waarmee Pack-ID reeds gestart is maar vanaf Q3 intensiever aan de slag wil gaan.

Fase 2:

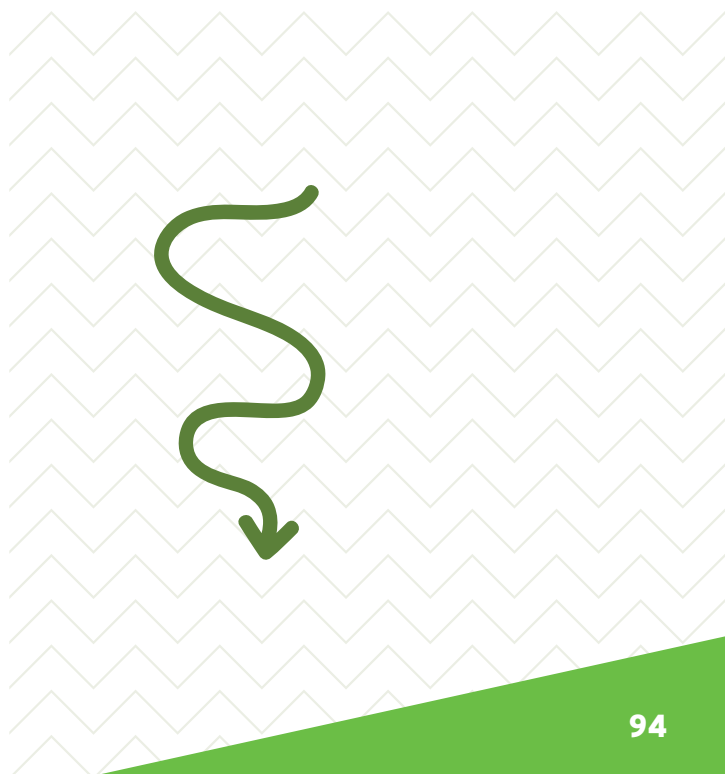
- Fysiek verzamelen (aankopen van, lenen, renten, ...) van de prototypes, samples, producten, diensten, Na het leggen van de eerste contacten is het de bedoeling om de producten effectief te verzamelen.
- Openen van een showroom waar klanten kunnen komen kijken, voelen, brainstormen over alternatieven voor de huidige wegwerpverpakkingen.
- Om snel operationeel te zijn en toegevoegde waarde te bieden, werkt Pack-ID per thema. Bijvoorbeeld:
 - Food-beverages gekoeld - Food-beverages niet gekoeld - Fashion - Electronics
 - Voordeel van deze approach is dat je meer focus hebt en sneller tot business komt.

Fase 3:

- Bouwen van een ondersteunende website. Waar producten, diensten en kennis over herbruikbare verpakkingsalternatieven verzameld zullen worden.

Een eerste stap in het veranderen van het gedrag, is het bewust worden van de alternatieven. Je moet klanten de mogelijkheden/ innovaties in het domein te laten zien. Door een experiencecenter te bouwen, creëer je een one-stop-shopping ervaring, waardoor de klant zelf niet op zoek moet gaan. Je brengt nadien de partijen met elkaar in contact of ontzorgt de klant volledig door zelf het totaal plaatje vorm te geven. Je kan testruns begeleiden, ROI berekenen, verschillende projecten combineren, ...

ALLES BEGINT MET WETEN DAT ER ALTERNATIEVEN ZIJN DIE FUNCTIONEEL, ECONOMISCH EN ECOLOGISCH ZIJN.



Welke gevolgen zal het project hebben voor de verschillende stakeholders, waaronder ook zeker de klant of consument?

De klant krijgt een one-stop-shopping oplossing waardoor hij veel sneller/makkelijker de switch kan maken. Hij wordt volledig ontzorgd zowel in zijn zoektocht, als communicatie met de leverancier.

De leverancier/ontwerper heeft een extra verkoopskanaal op de Belgisch (later Europese) markt en directe toegang tot concrete cases.



“Pack-ID bouwt extra kennis en netwerk op in een toekomstgerichte verpakingsapproach. Herbruikbaar is zeker de toekomst maar zit momenteel nog in een beginfase. Het is als investeren, je moet dit doen in het begin van de cyclus om een zo hoog mogelijk rendement te halen. Ik denk dat op termijn een groot deel van de huidige werpwerpverpakkingen een duurzamer alternatief zal krijgen...

**DUS NU INVESTEREN OM LATER
RELEVANT TE BLIJVEN.”**

Het principe is dat de consument naar de apotheek gaat met zijn of haar herbruikbare glazen fles (die hij of zij de eerste keer heeft gekocht) en met de hulp van de apotheker de fles vult met het gewenste cosmetische hygiëneproduct.

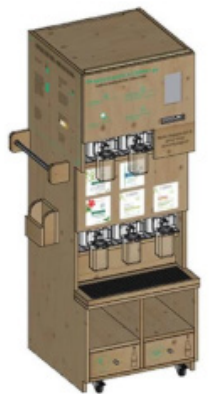
De installatie zal worden getest in apotheken. Het apparaat drukt vervolgens automatisch een etiket af met alle wettelijke informatie die een cosmetisch product moet bevatten en de apotheker zorgt ervoor dat dit etiket correct op de fles wordt aangebracht. De apotheker is ook verantwoordelijk voor het controleren van de reinheid van de fles alvorens.

Elke formule zit in een vacuümzak van 10 liter, beschermd door een kartonnen doos. Wanneer de zak wordt verwisseld, drukt het apparaat een traceerbaarheidsetiket af (datum van verwisseling, batchnummer, enz.) voor de apotheker.

- Het controlepaneel en een etikettenprinter bevinden zich bovenaan. Vanaf dit controlepaneel selecteert de apotheker het volume van de fles en het gewenste product en vervolgens zorgt het apparaat voor de automatische vulling.
- In het centrale gedeelte zitten de vulkleppen.
- In het onderste gedeelte zitten de lege herbruikbare glazen flessen en de pompen.
- Op de zijkant van het apparaat staan de reinigingsinstructies voor de flessen.

Hygiëne is gegarandeerd op de volgende manier:

- Afstand tussen de flessenhals en de vulklep van het apparaat is tot een minimum beperkt om besmetting tijdens het vulproces te voorkomen.
- De vulklep sluit automatisch en zonder restdruppels.
- Formule in een 10L plastic vacuümzak (geen lucht) die wordt vervangen wanneer hij leeg is.
- Reinigingsinstructies voor de glazen fles.
- Traceerbaarheid is gegarandeerd op de volgende manier:
- Het apparaat drukt aan het einde van elke vulling een etiket af met de regelgevende vermeldingen.
- Bij elke zakvervangende drukt het apparaat een traceerbaarheidsetiket af voor de apotheker. Om de toegang tot productinformatie voor de consument te waarborgen, een model van elk product is beschikbaar op de kast.



Traceerbaarheid is gegarandeerd:

- Het apparaat drukt aan het einde van elke vulling een etiket af met de regelgevende vermeldingen.

Bij elke zakvervangende drukt het apparaat een traceerbaarheidsetiket af voor de apotheker. Om de toegang tot productinformatie voor de consument te waarborgen, een model van elk product is beschikbaar op de kast.

Dit project bestaat erin een geconcentreerd poeder te maken dat, eenmaal verdund in water, een gebruiksklaar afwasmiddel vormt.

In praktijk volstaat het om het zakje poeder (80 g) in een geschikte fles of beter een lege herbruikte fles afwasmiddel te gieten, warm leidingwater toe te voegen, de fles te sluiten en enkele seconden te schudden om 500 ml gebruiksklaar afwasmiddel te verkrijgen.

De vervaardiging van het poeder wordt toevertrouwd aan het bedrijf Mondo Spechim, dat over alle deskundigheid en de modernste apparatuur beschikt voor de grootschalige vervaardiging en verpakking van poederzakjes. De marktintroductie is gepland voor het eerste kwartaal van 2023.

Ons project ligt in de lijn van het Green Deal Anders Verpakt concept aangezien het verbruik van nieuwe plastic flessen wordt vermeden en een papieren verpakking voor het poeder aanbiedt.

De innovatie is volledig in overeenstemming met duurzame ontwikkeling door de volgende aspecten:

Milieu: het verbruik van nieuwe plastic flessen vermijden. De keuze van de verpakking voor de innovatie is gebaseerd op papieren verpakking met het te verdunnen poeder en herbruikbare flessen. Alleen het stadswater zal door de gebruiker moeten worden geleverd.

Maatschappelijk: Een ecologisch verantwoorde oplossing bieden voor de groeiende bezorgdheid van veel consumenten over de overconsumptie van plastic.

Economisch:

Productie: Het maken van afwaspoeder kost veel minder energie dan het maken van een vloeibaar afwasmiddel: minder productietijd, minder specifieke energie-verbruikende apparatuur.

Vervoer en opslag: Het vervoer en de opslag van gewone flessen afwasmiddel neemt 8X meer plaats in dan de opslag van zakjes poeder: 1 palet met poederzakjes komt overeen met 8 paletten gewone flessen afwasmiddel.

- Op termijn willen wij de consumenten aanmoedigen hun gewoonten bij het kopen van schoonmaakproducten aan te passen. Momenteel kopen mensen een gebruiksklaar product en als de fles leeg is, wordt deze weggegooid, terwijl de fles nog in goede staat is en kan worden hergebruikt. Bij ons project hergebruikt de consument de fles waarin hij het poeder giet om zijn afwasmiddel weer aan te maken.
- Het project maakt deel uit van ons onderzoek naar en de ontwikkeling van innovaties in de detergentensector. Het doel is consumenten oplossingen te bieden die milieuvriendelijk en gebruiksvriendelijk zijn.

Op zoek naar de volgende stap in duurzaam verpakken heeft Raja het traject met de Green Deal Anders Verpakt aangevat. De sleutel lag in hergebruik, aangezien het niet altijd mogelijk is om verpakking te vermijden. De volgende vaststelling lag in de beperkte retour van zulke verpakkingen en het daarbij gekoppelde beperkt aantal circulaties. Hiervoor was een goed recyclebaar materiaal nodig om ook het downstream traject van de verpakking te borgen. Met deze twee elementen is een samenwerking opgezet met een partij uit Denemarken (Re-zip) op aangeven van een contact (via de Green Deal) bij bpost. Re-zip innoveerde met herbruikbare verpakkingen in karton. Op dit traject heeft Raja volop ingezet met als voorlopig resultaat de eerste commercialisering op grote schaal van

een herbruikbare verpakking voor e-commerce in België. Raja biedt nu met een standaard prijslijst een kartonnen doos aan die via de rode brievenbus teruggestuurd kan worden door de consument, waarbij alle dozen met een uniek serienummer gevolgd worden. De verkoop en de logistiek neemt Raja voor zijn rekening. Re-zip verzorgt het IT platform en de ontwikkeling van het model, bpost verzorgt de retour van de verpakkingen. Dit model is snel gekopieerd naar Nederland en Frankrijk. De volgende stap is het aantrekken van nieuwe klanten, het verlagen van de prijs (retourkost is een belangrijk aspect), het opzetten van een systeem voor cross border e-commerce met een universeel retourlabel (nu per land verschillend).

KNELPUNTEN EN OPLOSSINGEN VAN HET PROJECT

KNELPUNT

- Technische ontwikkeling: toevoegen van hergebruik-optie in het winkelmandje
- Dozen kwamen niet of slecht retour van bij Bpost
- Doos te moeilijk in gebruik aan de paktafel
- Kostprijs van de oplossing is nog steeds duurder dan single use

OPLOSSING

- Standaard prijslijst ontwikkeld en toevoegen in winkelmandje is optioneel
- Retourlabel wordt nu bijgevoegd aan de verpakking
- Nieuw model doos ontwikkeld die zelf blijft rechtstaan
- Geen



ERVARINGEN MET HET (PILOOT)PROJECT

Hoe goed je systeem, je LCA, je argumenten ook zijn: overtuigen van webshops is erg moeilijk zolang de prijs hoger is. Zodra deze gelijk getrokken zijn, willen meerdere het proberen. Helaas is die mogelijkheid niet haalbaar door de hoge kostprijs van het retourneren.

Ook is de eenvoud van het aanbod van belang. Technische ontwikkelingen zijn een te hoge drempel. Men wil gewoon business as usual en zich concentreren op hun kerntaak, nl. het verkopen van producten en versturen van pakjes.

“Het potentieel van herbruikbaar is enorm indien alle spelers in de keten oplossingen bedenken om een duurzaam en financieel haalbaar model op te zetten.”

RE-UZ (RED-USE)

“Bannen van single-use plastic voor voeding en drank”

Red-Use zette zich binnen de Green Deal Anders Verpakt in herbruikbare verpakkingen voor voeding en dranken. Het bedrijf wou de one-stop-shop worden voor bedrijven en stakeholders die wilden inzetten op herbruikbaar materiaal. Red-Use ging zorgen voor alle stappen in het proces: levering, ophaal, reiniging en technische ondersteuning. Red-Use zette hevig in op smart-technologieën om te garanderen dat de bekerv.d. in de cyclus bleven. Red-Use focuste zich actief op bedrijven, horeca en retail, met een prioriteit voor partners die nog niet volledig op smart hadden ingezet. Dankzij de inzet van deze

smart technologieën was Red-Use quasi constant op de hoogte waar hun recipiënten zich bevonden, door middel van smart tags en smart dispensers. Dit project ging ook zelf de loop volledig sluiten: ze gingen zelf recyclen en de plastic-korrels gebruiken om nieuwe recipiënten te maken.

Vanwege interne redenen heeft Red-Use het verloop van het project niet meer kunnen delen met de Green Deal Anders Verpakt.



RE-UZ BENELUX

“Less is Now”

Met het project “Less is Now” is Re-Uz Benelux de Green Deal Anders Verpakt binnengestapt, een project waarmee het bedrijf zoveel mogelijk wegwerpbekers en eenmalige voedselverpakkingen de wereld uit wil helpen. In 2022 is Re-Uz met de productie van eigen opbergboxen op basis van gerecycleerde bekertjes gestart. Daarnaast kwam er een uitbreiding van het huidige aanbod van herbruikbare verpakkingen (naast de Billiecup

voor dagelijks gebruik en de Kiobox voor events), evenals de capaciteiten van de wasstraat. Ook plande Re-Uz innovaties en services te lanceren om de switch naar herbruikbaar te vergemakkelijken voor kantines, horeca en events. Als gevolg van al deze stappen verwacht Re-Uz dat hun netwerk significant zou uitbreiden zodat consumenten steeds makkelijker toegang zullen hebben tot alternatieven.



SEARIOUS BUSINESS

“Reusolution”



In samenwerking met de Green Deal Anders Verpakt wou Searious Business het gebruik van herbruikbare verpakkingen van online bestelde maaltijden in een stroomversnelling doen komen. Searious Business zag zichzelf als onafhankelijke facilitator van het platform en ervaringsdeskundige. Daarom ging het bedrijf zich focussen op logistiek, schoonmaak, traceerbaarheid, customer loyalty elementen en het ontwerp van verpakkingsmaterialen. Searious Business ging de implicaties van het circulaire businessmodel in kaart brengen, met als doel bedrijven gemakkelijker aan het herbruikverhaal te introduceren, wat op zijn beurt meer gemak

voor de consument betekent. Naast maaltijden legt Searious Business zich ook toe op de ontwikkeling van alternatieven voor een aantal moeilijk te recyclen verpakkingen. Als dit project volledig gerealiseerd zou kunnen worden ziet het de mogelijkheid een reductie van 364 miljoen verpakkingen per jaar in Vlaanderen te realiseren, gebaseerd op het feit dat de gemiddelde Vlaming een take-away maaltijd per week consumeert.

Het uiteindelijke verloop van het project is niet kunnen afgerond en gecommuniceerd worden met de Green Deal Anders Verpakt.

Herbruikbare bekens in uitgangsbuurt “De Overpoort”: Na het verbod op glazen bekens en de vervanging door kunststof wegwerpbekens, wil men nu herbruikbare bekens introduceren.
PROJECT OVERPOORT 2.0

Door het ontbreken van middelen en draagvlak bij horeca uitbaters is de piste van een uniforme beker met cash waarborg (voorkeursscenario haalbaarheidsstudie) voor de hele straat verlaten

geweest en is de overschakeling gemaakt naar het blijven stimuleren van uitbaters om de omschakeling naar herbruikbaar te maken. Dit betekent dus een niet uniforme beker. Dit levert soms problemen op (zo gaan studenten bijvoorbeeld per café bekens verzamelen).

“Waarom afval produceren om te recyclen als je het kan vermijden? Gebruik herbruikbare verpakkingen ook op events en in de horeca. “



SUNDRY SEEDS MECHELEN

“Byzonder verpakt! 100% afvalvrije logistiek in de korte keten”

Sundry Seeds Mechelen deed mee aan de Green Deal Anders Verpakt door een verpakkingsarme, circulaire distributie van korte keten-voeding te organiseren. Het project legde zich toe op afvalvrije, opschaalbare logistiek voor transport en bio-voedingswaren en duurzame, afvalvrije bewaring en verpakking van niet-verkochte producten. Sundry Seeds wou dit project realiseren door leveranciers van afvalvrije modellen en materialen in kaart te brengen, door samen te werken met producenten van circulaire verpakkingen en door sociale tewerkstellingen in te schakelen voor de ophaal en levering van de verpakte voedingswaren.



Door allerlei interne redenen heeft Sundry Seeds dit project niet met de Green Deal Anders Verpakt kunnen afronden.

SWAPBOX

“Zero Waste Flanders with Swapbox”

Samen met de Green Deal Anders Verpakt wou Swapbox het gebruik van hun herbruikbare verpakkingen naar Vlaanderen brengen en op die manier het gebruik van single-use plastics verminderen. Swapbox is al actief in Nederland en Brussel, en wou via de GDAV hun aanwezigheid in Vlaanderen garanderen. Hiervoor ging met verschillende partners gewerkt worden en er ging constante monitoring plaatsvinden van getraind personeel van Swapbox om de overstap naar hergebruik te versoepelen.

De communicatie van dit project met de GDAV is stopgezet.



Duurzaamheid is een kernwaarde bij Texet Workwear. De Ecovadis Platinum-score van Texet plaatst het bedrijf bij de top 1% van meest duurzame bedrijven wereldwijd binnen de textielsector, iets waar Texet enorm trots op is. Dit is extra belangrijk omdat de textielsector een van de meest vervuilende industrieën ter wereld is. Texet zet zich dagelijks in voor duurzaamheid. Het bedrijf maakt o.a. gebruik van voorkeursmaterialen in de kleding, gericht op ecodesign en het verlengen van de levensduur. Daarnaast neemt Texet deel aan de Clean Shipping Index, organiseert het bedrijf de ophaling van end-of-life textiel en vermijden ze onnodige verpakkingen.

Is het individueel verpakken van bedrijfskleding echt noodzakelijk? Uw custom-made

bedrijfskleding kan volledig op maat worden gemaakt en verpakt, bijvoorbeeld per 5 of 10 stuks, of zelfs in bulk. Als extra beloning planten we via Go Forest één boom per 100 uitgespaarde polybags.

Minder uitstoot door het vermijden van plastic verpakkingen, minder afval voor u, én een extra boom – dat is een voordeel waar iedereen van profiteert!

Verpakkingen vermijden en per 100 uitgespaarde zakjes een boom planten, dat is een dubbele win, toch?

Samen maken we met minder (of geen) verpakkingen, meer impact! Minder verpakking, meer toekomst!

Onze voorkeursmaterialen voor uw custom made bedrijfskleding is bio katoen en Rpet. Voor onze verpakkingen van uw productie is dat geen polybag!



GDAV

Custom made & Green Deal Anders Verpakt

- Producties op maat
- Eigen ontwerpen, kwaliteit, pasvorm en aantallen
- Breigoed vanaf 250 stuks
- Geweven items vanaf 500 stuks

Green Deal - Anders Verpakt

Eén van onze doelstellingen waar we heel actief op inzetten bij Custom Made is het verminderen van plastic verpakkingsmateriaal. Hiervoor gingen we een commitment aan met Green Deal - Anders Verpakt

- We proberen zoveel mogelijk individuele verpakkingen te vermijden.
- Per 100 uitgespaarde polybags voor uw project planten we in België een boom in samenwerking met Go Forest
- In 2023 hebben we 120 bomen geplant, goed voor 107 kg uitgespaarde polybags
- In 2024 466 bomen.



TILLUP

“Het alternatief voor plastic wikkelfolie: IMPAKT”

Het project van Tillup om single-use verpakkingen te vermijden is de ontwikkeling en de inzet van een herbruikbaar alternatief voor plastic wikkelfolie waarmee pallets worden verpakt. IMPAKT is een herbruikbare wikkeldoek die op een ergonomische wijze kan aangebracht worden. Indien plastic wikkelfolie kan vermeden worden zal enorm veel afval vermeden worden. Op het moment van het indienen bestond de wikkeldoek enkel op het formaat van EURO pallets, maar als het project succes heeft zouden andere mogelijkheden kunnen ontworpen worden.



Het verloop van het project is niet verder gecommuniceerd met de Green Deal Anders Verpakt.

TURTLEE GREEN

Herbruikbare verpakkingen in de e-commerce

Turtlee Green wil herbruikbare verpakkingen in de e-commerce relevanter maken. Helaas sloot de webshop tijdens de loop van de Green Deal Anders Verpakt, waardoor het project is stopgezet. Algemeen kreeg de organisatie slechts een heel klein aandeel van zijn herbruikbare verpakkingen teruggestuurd.



Vandemoortele schakelde voor de Green Deal Anders Verpakt over van HDPE-containers naar herbruikbare en opvouwbare bulk containers voor interne flow en vervoer naar eindklanten. De oorspronkelijke HDPE-containers waren in theorie herbruikbaar, maar waren in realiteit single-use. De nieuwe optie bestaat uit opvouwbare plastic pallets in een poolingsysteem. De opvouwbaarheid is een aanzienlijke logistieke verbetering voor het transport van lege containers. De containers worden voor oliën en dergelijke gebruikt waardoor het gebruik van een single-use liner wel genoodzaakt is. Los van voedselveiligheid en hygiëne, is de opvouwbare constructie op zichzelf niet geschikt voor het afvullen van vloeibare goederen. De liner veroorzaakt minder single-use materiaal dan de hdpe-containers van voordien. Daarnaast zorgt de liner ook voor minder logistieke lasten met betrekking tot het reinigen van de containers na gebruik.

Vandemoortele heeft een aantal problemen opgelopen waardoor het project niet honderd procent een succes bleek te zijn. Ten eerste moeten operatoren getraind worden om de containers op te zetten en de liners aan te brengen. Dit is minder gebruiksvriendelijk is dan de standaard containers die gebruiksklaar aangeleverd worden. Door deze installatie duurt

de vulling van elke container twee minuten langer, wat uitkomt op een uur extra werk per dag. Een ander probleem, bij het legen van de containers, is dat de vouwbare containers niet doorzichtig zijn zoals de HDPE-containers. Dit betekent dat men niet kan zien hoe vol de container is zonder deze open te doen. Als de containers niet op grondniveau gebruikt worden, is dit zelfs geen optie. De containers kunnen niet zomaar aangepast worden, omdat deze containers gestandaardiseerd zijn binnen het poolingsysteem. Het is dus wel moeilijk om inspraak te hebben op het fabricatieproces van deze containers. Er bestaan wel oplossingen zoals debietmeters, maar doorzichtige containers blijken wel makkelijker om mee te werken. Ten derde is er ook tegenwerking binnen het bedrijf zelf, omdat deze containers nog niet voldoende significant kostenefficiënter zijn dan de standaardoplossing. Door de onduidelijkheid van de PPWR heerst er ook een afwachtende bedrijfscultuur. Op basis van de uitkomsten van deze regulation zal Vandemoortele vlotter en overtuigender inzetten op hergebruik. Dit project had ook een aantal successen. Zo wordt de opvouwbare container wel degelijk gebruikt, er is ook veel minder opslagplaats nodig om deze te stockeren. De GDAV zelf heeft ook een positieve invloed gehad op het overtuigen van het hergebruikverhaal.

“Pooling is een interessante optie om de lastige aspecten van hergebruik (reiniging, onderhoud) uit te besteden. Duidelijke communicatie, intern en naar klanten toe, is nodig om de voordelen van een hergebruikstelsel te laten doorwegen.”

VT Logistics zet in op de uitwerking van hun onafhankelijke leeggoedcentrale waar de focus lag op 100% herbruikbare drankverpakkingen. VT Logistics wil tussenpersoon worden van brouwerijen waardoor deze konden besparen op zaken zoals transport en reiniging. Zo ondervinden deze minder drempels om het hergebruikverhaal binnen te stappen. Specifiek zorgt de leeggoedcentrale voor het sorteren van bakken en flessen, het ontsleeven van flessen, het

reinigen en de herverpakking naar deze flessen. Daarna zorgt VT voor het transport terug naar de brouwerijen. Door de gecentraliseerde aard van deze leeggoedcentrale kan er uitgespaard worden op emissies in tegenstelling tot de situatie waarbij elke kleine brouwerij zelf zou rondrijden. Ten slotte kunnen deze kleine brouwerijen ook besparen op materiaal omdat de reiniging uniformer en sneller via deze leeggoedcentrale kan gebeuren.



WASH-IT

“Inrichten en organiseren van onze 5 wasstraten voor het wassen van herbruikbare voedselrecipiënten, naast herbruikbare bekere”

Wash-it bezit 5 wasstraten die momenteel vooral gebruikt worden voor het afwassen van herbruikbare bekere. Onder de Green Deal wensten ze deze in te richten als wasstraat voor het reinigen van voedselrecipiënten. Aangezien de wasstraten mooi verspreid liggen over gans Vlaanderen (Brugge, Gent, Antwerpen, Asse en Hasselt) kunnen zij een efficiënte logistiek garanderen en snel schakelen bij opschaling van hergebruikssystemen.

Wash-it startte met een haalbaarheidsstudie die uitwees dat een voorspoelinstallatie, koelcel en een vergunde lozingsput noodzakelijk waren. Nadien deden ze kleine testen van voorspoelen, wassen & drogen om een prijsbepaling te kunnen

vaststellen voor het leveren van hun diensten. Ze maakten zich klaar om vanaf zomer '23 grote hoeveelheden reciënten te kunnen verwerken.

In realiteit kwamen nauwelijks volumes toe. Waar er al gewerkt werd met hergebruik waren zodanig weinig reciënten, dat ze voordeliger ter plekke werden afgewassen. Investerings, nodig om het systeem volledig conform te laten verlopen, werden dus niet uitgevoerd. Wash-it ziet hier hetzelfde proces ontstaan als indertijd met de herbruikbare bekere. Pas wanneer er wetgeving geïntroduceerd wordt, kan een aanzienlijke aanvoer gegarandeerd worden, die zorgt dat nodige investeringen kunnen gedaan worden.





Xandres heeft een 'for our future'-strategie die steunt op zes pijlers. De vierde pijler "aan jou" gaat dieper in

op de impact van transport en verpakking (wat is er nodig om de kleding bij de klanten te krijgen). In het eerste duurzaamheidsverslag dat Xandres eind 2021 publiceerden, werden doelstellingen vastgelegd voor deze pijler. In deze Green Deal wil het bedrijf het vraagstuk van verpakkingen samen aanpakken.

Xandres heeft drie distributiekanaalen: website, eigen winkels (retail) en multimerkenwinkels (groothandel). Als eerste stap is de toeleveringsketen gemodelleerd en de verschillende soorten verpakkingen die in elke fase gebruikt worden. Dit overzicht maakt het makkelijker om verbeterpunten te identificeren. In deze Green Deal richt Xandres zich op het distributiekanaal waar ze de meeste controle over heeft: de retail. Zo kan het bedrijf actie ondernemen en snel resultaat zien. Positieve resultaten zullen Xandres in staat stellen het project uit te breiden naar andere distributiekanaalen.

De verbeterpunten die in de retailketen al gesignaleerd zijn, zijn de volgende:

1. De liggende kledingstukken die afkomstig zijn van de RTW-productie (RTW

vertegenwoordigde 70% van de totale modeproductie voor FW22) worden individueel verpakt in plastic wanneer ze aankomen in het magazijn van de logistieke partner. De logistieke partner scant ze met hun originele verpakking, stopt ze in kartonnen dozen en stuurt ze naar de winkels van Xandres. Dit resulteert in een aanzienlijke hoeveelheid plastic voor onze winkels. Actie: Xandres bespreekt samen met de logistieke partner hoe het bedrijf deze hoeveelheid plastic kan verminderen zonder het pickproces te verstoren.

2. Wat betreft de retourzendingen van de winkels naar het magazijn van de logistieke partner: zij plakken momenteel een plastic op deze kleding voor zowel hangende als liggende kledingstukken, wat niet nodig is, behalve voor witte kledingstukken of materialen die gemakkelijk vuil worden. Actie: Xandres zal hun logistieke partner vragen om deze kunststoffen te verwijderen, met uitzondering van witte of zijden kledingstukken.
3. De kartonnen dozen die de logistieke partner momenteel gebruikt om de liggende kledingstukken naar de winkels te sturen, worden vervolgens door deze winkels platgedrukt en op de stoep geplaatst om door de stad te worden opgehaald (eenmalig gebruik). Actie: Xandres bespreekt samen met de logistieke partner wat de beste manier is om deze kartonnen dozen te hergebruiken.

4. Paarse zakken worden door de logistieke partner gebruikt om de liggende kledingstukken in het transport naar de winkels te beschermen. Op dit moment gebruikt de logistieke partner elke keer nieuwe paarse zakken. Actie: Xandres bespreekt samen met de logistieke partner of er een manier is waarop die zakken kunnen hergebruikt worden.

5. Het bedrijf zal een herbruikbare Xandres-tas maken voor de klanten. Ze ontvangen punten op hun klantenkaart telkens wanneer ze met deze tas terugkeren naar de winkel.

Xandres is momenteel in gesprek met de logistieke partner om verdere verbeterpunten in de supply chain te identificeren en samen oplossingen te vinden.

Xandres startte in het begin van het project met veel moed om hun verpakkingen in kaart te brengen en optimalisaties te zoeken. Het bleek echter veel moeilijker dan verwacht om echt grote vooruitgang te boeken. Dit heeft te maken met verschillende factoren:

Xandres is erg afhankelijk van diens logistieke partner (Bleckmann) die uiteindelijk een groot

deel van de beslissingen voor hen maakt betreft verpakkingen

‘Verpakkingen’ en de verantwoordelijkheid daarvoor zit als onderdeel verspreid over verschillende teams (marketing, e-commerce, retail, logistiek, duurzaamheid, aankoop, branding,...) waardoor het altijd moeilijk blijft om hier een goed afgebakend project van te maken met slechts 1 beslissingnemer.

Omdat uit de CO2-meting blijkt dat verpakkingen slechts een heel klein deeltje vormen van hun carbon footprint, zakt dit topic dan ook geregeld naar beneden op de prioriteitenlijst, ten voordele van projecten waarmee een grotere impact kan bereikt worden.

Bijkomend zijn er een paar interne verschuivingen geweest waardoor het project management niet optimaal is kunnen verlopen.

Dit project heeft dus weinig kunnen verwezenlijken en Xandres vindt dit uiteraard jammer.

BIJLAGE 2

PROJECTEN ONDERSTEUNENDE PARTIJEN

**GREEN
DEAL**

012.
ANDERS
VERPAKT

Een verpakking is een belangrijk touchpoint om een merk naar de klant/eindgebruiker te communiceren. Bij e-commerce is het bovendien het enige fysieke touchpoint tussen klant en brand. De overstap naar herbruikbare verpakkingen neemt die unieke communicatiemogelijkheid een stukje weg. Merkuitstraling is en blijft soms een belangrijk obstakel naast voedselveiligheid, wettelijke voorschriften, logistieke aspecten enz. De gebruikerservaring, de uitstraling, de merkpositie, hoe vang je dit op? Hoe ga je daar als brand owner of marketeer mee om?

De AP Hogeschool ontwikkelde een boekje/ onderzoeksrapport dat brand owners en marketeers kan ondersteunen in de overstap naar herbruikbare (of minder) verpakkingen met als doel de mantra “Brands do not exist without

packaging” te doorprikken of op zijn minst te nuanceren. De focus ligt hierbij op verpakkingen waar de consument mee in aanraking komt, niet op transportverpakkingen en B2B-verpakkingen.

Naast een aantal cases die besproken worden, vind je in het onderzoeksrapport een overzicht van de “R-strategieën voor verpakkingen”, Refuse, Rethink, Reuse, Reduce, Recycle, Repurpose, Recover en Replace toegepast op een aantal praktische voorbeelden. De onderzoeksresultaten en vele gesprekken tijdens dit traject werden ook vertaald in een aantal praktische “Tips voor duurzame verpakkingen”.

Het onderzoeksrapport is intussen gefinaliseerd en vind je hier:

www.ap.be/project/brand-without-pack



“Als brands en designers de milieu-impact van hun verpakkingen echt willen verkleinen, moeten ze resoluut kiezen voor minder verpakkingen (refuse) en herbruikbare verpakkingen. De overstap van het ene materiaal naar het andere materiaal, van plastics naar papier is verleidelijk (want de consument denkt dat dat goed is), maar is vaak een maat voor niets.” En wil je echt iets veranderen? Stap dan af van je Business as Usual (BaU).”

Arteveldehogeschool ondersteunde de GDAV op verschillende manieren:

Organisatie GDAV event

Op 28 maart 2024 was Arteveldehogeschool gastheer voor het netwerkevent 'Verpakt met kennis'. De campus te Mariakerke werd ter beschikking gesteld.

Onderzoek naar functionaliteit van herbruikbare verpakkingen

Een verpakking heeft wel meer dan 10 functies. Specifiek bij herbruikbare verpakkingen zijn er nog extra complexe processen na het consumeren. De consument moet thuis of op een verkooppunt hervullen, of de verpakking wordt geretourneerd naar de producent, die de verpakking moet reinigen. Hierdoor moet de verpakking ontworpen worden voor extra specifieke functionaliteiten en heeft dus een uitgebreidere ecodesign-aanpak nodig dan single use verpakkingen. Dit onderzoek bracht deze functionaliteiten in kaart en structureerde de inzichten per model, functie en materialen. De 'How-might-we'-vragen zijn ideaal om te gebruiken in een design thinking ontwerptraject voor een herbruikbare verpakkingen. Het onderzoeksrapport is verschenen onder de vorm van een leesbaar boekje, waarbij eerst de begrippen uitgelegd worden en 'Reuse' gesitueerd wordt in een circulaire economie. Er is een handige kaartenset

met inzichten ontwikkeld om actief en in groep te brainstormen.

Inspiratiecase herbruikbare verpakkingen

De inzichten van het onderzoek werden afgetoetst en gevisualiseerd in een inspiratiecase. Waarom kunnen niet meer eenmalige glasverpakkingen in een herbruikbare versie, zoals chocopasta, mayonaise, erwten? Aan de hand van de case van een herbruikbare pot voor chocopasta werden verschillende hergebruikmodellen doorlopen en digitaal en fysiek geprototypet. De conclusie van deze case is dat het introduceren van een beperkt aantal standaard herbruikbare verpakkingen, gedeeld door verschillende producenten, een opportuniteit is.

Kennisverspreiding

De inzichten vanuit dit onderzoek werden gecommuniceerd via een vijftal blogs en enkele seminars. Het rapport 'Packaging design for reuse' kan gedownload worden via <https://www.arteveldehogeschool.be/nl/onderzoek-en-samenwerking/onderzoek/communicatie-media-design/duurzame-verpakkingen-en-slimme-retail/duurzame-verpakkingen>



Resultaten en conclusies

- Herbruikbare verpakkingen vereisen meer functionaliteit dan single use verpakkingen, specifiek in het extra traject na het ledigen van de verpakking tot het hervullen.
- De opportuniteit van herbruikbare verpakkingen ligt in een beperkt aantal standaardverpakkingen die gedeeld worden door verschillende producenten. Op die manier blijven de logistieke en operationele processen bij consument, retail en producent beheersbaar.
- Vanuit die herbruikbare standaardverpakkingen moeten oplossingen bedacht worden om verschillende drempels bij de consument weg te nemen om verpakkingen te hergebruiken.
- Er zijn verschillende modellen in herbruikbare verpakkingen, zowel hervulbaar en retourneerbaar, afhankelijk van het product en context past het ene model beter dan het andere.
- Herbruikbare verpakkingen is één van de meest efficiënte circulaire strategieën, maar daarnaast zijn er ook nog andere strategieën zoals recycle, die waardevol zijn en situationeel zelfs een betere keuze (bv. factor transport).
- Er is niet alleen de herbruikbare standaardverpakking, ook het groeperen in een (standaard) secundaire verpakking is belangrijk.



“We kunnen vooral een grote impact bereiken met herbruikbare verpakkingen door een beperkt aantal gestandaardiseerde verpakkingen, gedeeld door verschillende producenten.”

Als ondersteunende partner van de Green Deal Anders Verpakt nam Becom het initiatief om op hun peer sessions hun lid-webshops te bevragen rond duurzame verpakkingen in e-commerce. Deze sessies gingen door in november 2022 en waren georganiseerd door Becom voor diens leden. De sessies brachten deze leden samen en voorzagen hen van een mogelijkheid om in volle vertrouwen discussies te hebben over de sector en de uitdagingen, kansen en stand van zaken van de sector aan te kaarten. Tijdens deze sessies werden de leden ook op de hoogte gebracht van de mogelijkheden van duurzaam verpakken en werden best practices uitgelegd. Tegelijk stelde Becom zich ook op als tussenpersoon tussen de overheid en webshop wat betreft duurzaam verpakken.



BAKKERS VLAANDEREN

De federatie Bakkers Vlaanderen nam deel aan de Green Deal Anders Verpakt als communicatiepartij naar hun leden toe. De federatie nam het op zich om Vlaamse bakkers warm te maken voor het hergebruikverhaal via verschillende communicatiekanalen zoals de nieuwsbrief, sociale media, de website en vaktijdschriften.

De federatie heeft effectief de communicatie gedeeld, maar er zijn daarvan weinig resultaten meetbaar of toonbaar. Wel merkte Bakkers Vlaanderen dat Vlaamse bakkers nog niet echt openstaan voor hergebruik. Het gebrek aan effectieve wetgeving en de hogere kost zorgen ervoor dat bakkers nog wat aan het wachten zijn.



BUURTSUPER

“Inspireren en informeren”

Buurtsuper wil inspireren en informeren van diens leden – en bij uitbreiding de sector - door het in beeld brengen van ondernemers, organisaties en cases die initiatieven nemen rond het vermijden van eenmalige verpakkingen of het introduceren van herbruikbare verpakkingen. Verspreiding via magazine, website, nieuwsbrief, sociale media en video-opnames.



CONSOMACTION

“Opzetten en versterken van lokale kanalen voor bulk-en nulafval”

Consomaction is de federatie van de bulksector. Naast hun werking in Wallonië en Brussel wensen ze ook in Vlaanderen lokale kanalen op te zetten en te versterken voor bulk- en nulafval.

Zij verzorgen rond dit thema opleidingen en ondersteuning. Daarnaast organiseren ze sectorvergaderingen. Ze ontwikkelden een Best Practice Guide voor verpakkingsvrije winkels waarin alle voorschriften van het FAVV en andere normeringen staan gebundeld. Deze gids is specifiek op maat van kleine winkels gemaakt, maar er is veel contact met de grote retailbedrijven in het uitwisselen van ideeën en het opzetten van acties.

Consomaction wil een barometer opmaken over hergebruik in België. Tegen eind 2025 zal deze opgemaakt zijn.



DE TRANSFORMISTEN

“Hoeveel is genoeg verpakking?”

De Transformisten vzw is een sociaal-culturele organisatie (ex- Netwerk Bewust Verbruiken) gericht op het ondersteunen van initiatieven die de markt veranderen. De organisatie bouwt een community rond duurzaam leven en een economie van genoeg. Als ondersteunende partij wil De Transformisten communiceren over vernieuwende initiatieven binnen de GDAV naar haar breed doelpubliek en de nodige ondersteuning bieden bij het delen van de resultaten op het einde van de GDAV. Daarnaast kan zij interactie faciliteren tussen burgers en deelnemers aan de GDAV.



Erasmushogeschool Brussel heeft het principe van circulariteit van de verpakkingsproblematiek van bedrijven/bedrijfssectoren in een vak over 'duurzaamheid en circulaire economie' binnen het vernieuwde opleidingsprogramma van de Professionele bachelor 'Idea and Innovation management' geïntegreerd.

Er werden werkcolleges met bedrijven georganiseerd voor het uitwerken van bedrijfscases en daarnaast werd een 'innovatiecase' rond het thema duurzame verpakking door twee verschillende studententeams uitgewerkt.

Het analyse- en ontwerpverslag hiervan beantwoordde voor de twee betrokken bedrijven specifieke vragen rond dit thema. Uit de bespreking met deze bedrijven blijkt duidelijk de meerwaarde van zulk een oefening. Meer specifiek ging het om een studie voor een grote retailer en voor een organisatie die zich toelegt op duurzaamheid en milieubewustzijn in de cateringindustrie.

Verder worden lessenspakketten uitgewerkt waar het thema meer aan bod komt, ook in samenwerking met KUL, UCLL, HOGent en AP Hogeschool.



Het FAVV sloot zich aan bij de Green Deal Anders Verpakt om informatieverlener te zijn ivm herbruikbare verpakkingen. Het FAVV organiseerde per provincie een informatiesessie voor operatoren binnen de B2C sector (iedereen die in contact stond met consumenten mocht hierop aanwezig zijn). FAVV wou garanderen dat de juiste informatie circuleerde bij deze operatoren, want er gaat te veel incorrecte informatie over herbruikbare verpakkingen de ronde. Concreet werden professionelen geïnformeerd over wat wettelijk toegelaten is en werden specifieke voorbeelden gegeven over goede praktijken.

Uiteindelijk waren er relatief weinig aanwezigheden op deze infosessies. Dit wordt toegewezen aan een gebrek aan interesse over dit onderwerp. Dit zal waarschijnlijk veranderen naargelang wetgeving meer verplichtingen rond hergebruik zal opleggen (zoals de PPWR). Dit was ook het geval bij issues rond allergenen. Uit de informatiesessies blijkt dat veel operatoren de drempel tot hergebruik te groot vinden om (vrijwillig) over te stappen. Het FAVV heeft sinds februari ook een nieuwe versie van de generieke gids rond verpakkingen.



In het VISION2REUSE project werd de toepasbaarheid van diverse smart camera's voor de automatische kwaliteitscontrole (bv. detectie van krassen, scheuren, contaminatie) van herbruikbare voedselverpakkingen gedemonstreerd. Aan dit collectief project namen verschillende deelnemers van de Green Deal Anders Verpakt deel o.a. Pack4Food, Flanders Food, AMAB, Mivas, Albers, Avamoplast en Signature Foods.

Aan de hand van verschillende cameratechnologieën en state-of-the-art machine learning werd op een accurate en snelle manier geëvalueerd of het verpakkingsmateriaal nog geschikt is voor een nieuwe herbruikcyclus of verwerkt moet worden in een specifieke end-of-life stroom (bv. recyclage). Anderzijds werd ook het type kunststof en de contaminatiegraad geëvalueerd, wat directe input is voor de behandeling van het verpakkingsmateriaal alvorens het weer kan ingezet worden (bv. type wasproces). Tenslotte werd de invloed van het wasproces op de integriteit en hygiënegraad van de verpakking nagegaan.

Het project consortium combineerde een breed netwerk aan doelgroepbedrijven (Flanders' FOOD & Pack4Food) met de expertise rond smart cameratechnologieën (Imec). Het samenbrengen van de contacten van Imec binnen technologiebedrijven met de contacten binnen de doelgroepbedrijven creëert alle mogelijkheden om een innovatief ecosysteem op te richten voor de automatische kwaliteitsmonitoring van herbruikbare verpakkingen. Het project kwam tot stand met de steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

Het onderzoeksproject werd met succes afgerond en leidde reeds tot diverse vervolgttrajecten waaronder Value4Pack, Repaco en HERPAK alsook nog andere vervolgideeën met sterke potentie voor verdere ontwikkeling en implementatie.

De partners van het VISION2REUSE-project hebben gezamenlijk een Best Practice Guide ontwikkeld, die kosteloos beschikbaar is op de websites van Flanders' FOOD en Pack4Food.



FOST PLUS

“Organisaties conferentie hergebruik in de horeca”

Fost Plus organiseerde een interactief event waar horeca-uitbaters, federaties, producenten van herbruikbare verpakkingen, logistieke dienstverleners, wasinstallaties en beleidsmakers samenkwamen om de transitie naar hergebruik te versnellen. Met inspirerende sprekers zoals Deliveroo, Bavet, UAntwerpen, Horeca Vlaanderen, OVAM en Mission Reuse, en moderatie door Indra De Witte, legde Fost Plus de nadruk op praktijkervaringen, toekomstige wetgeving en strategische samenwerking binnen de sector. Met positieve sociale media-aandacht en een sterk inhoudelijk programma zette Fost Plus dit

eerste reuse-event neer als een belangrijke stap richting een duurzame toekomst in de Belgische horeca. Als onderdeel van de studienamiddag werd een netwerkmoment georganiseerd, waarmee Fost Plus organisaties uit de horeca en hergebruiksector de kans bood om met elkaar in contact te komen en waardevolle samenwerkingen te stimuleren. Daarnaast ondersteunde Fost Plus drie innovatieve startups om hun herbruikbare verpakkingssystemen te demonstreren tijdens de vierdaagse Horeca Expo, waar bezoekers zich ook konden laten inspireren door deze oplossingen.



Als onafhankelijke neutrale not-for-profit organisatie brengt GS1 Belgium & Luxembourg organisaties zoals supermarkten en drogisterijen, bouwmarkten, ziekenhuizen, hun leveranciers en logistieke dienstverleners bij elkaar. Door bedrijven globale standaarden te bieden voor de identificatie, alsook voor het vastleggen en delen van gegevens, zet GS1 Belgilux zich in voor een efficiëntere keten.

GS1 nam deel aan een groot aantal events van de green deal om beter de noden van de verschillende bedrijven te begrijpen in relatie tot deze thematiek (zowel met GS1 leden als niet-leden) en om de interne kennis rond huidige en toekomstige standaarden te kunnen

vergroten. Volgens GS1 zijn samenwerkingen, interoperabiliteit en open standaarden daarbij van cruciaal belang.

In GS1's strategie voor 2026-2028 zullen (herbruikbare) verpakkingen een meer prominente plaats krijgen. De focus zal daarbij liggen op het samenbrengen van de hele keten en het harmoniseren van de data uitwisseling, inclusief de verpakkingsleveranciers. GS1 acht het zeer goed mogelijk dat o.a. onder invloed van de PPWR en de adoptie door grotere retailers retourflows in de verdere toekomst ook aan belang zullen gaan winnen, en raadt daarom aan te starten met een toekomstbestendige set-up op basis van open standaarden.



“Open Standards of GS1 empower innovation, foster interoperability, and ensure that technology serves everyone equally, breaking barriers to collaboration and growth”.

HOGENT heeft binnen de Green Deal 'Anders Verpakt' (GDAV) een actieve en veelzijdige rol opgenomen, waarbij zowel studenten, docenten als onderzoekers hun expertise en engagement hebben ingezet voor duurzamere verpakkingspraktijken. Zo stimuleerde HOGENT samenwerkingen tussen deelnemende bedrijven en studenten via gastlessen, stages en bachelorproeven. Binnen de opleiding microcredential Duurzaamheidscoördinator gaf Bart Neyt (BPOST) twee inspirerende gastcolleges over circulaire en herbruikbare verpakkingen. Studenten gingen nadien aan de slag met een concrete BPOST-case in een workshop. De focus lag op het verder verduurzamen én rendabel maken van het circulaire businessmodel. Eén van de studenten focuste in de bachelorproef op de vraag: hoe kunnen consumenten gestimuleerd worden om verpakkingen terug te zenden?

De verworven inzichten vonden niet alleen in Vlaanderen maar ook internationaal weerklank. Studenten milieu- en duurzaamheidsmanagement pasten hun verworven kennis toe tijdens buitenlandse stages en bachelorproeven binnen het VLIR-UOS-project rond afvalbeheer aan de Quy Nhon University (Vietnam) waar nu ook in samenwerking met het Research Centre for Sustainable Organizations geëxperimenteerd

wordt met herbruikbare verpakkingen. Vanuit dit onderzoekscentrum werden diverse initiatieven gelanceerd, waaronder Blikopenersessies waar de kennis van experts gedeeld wordt met organisaties die hun verpakking willen verduurzamen. Nena Baeyens verzorgde een workshop over duurzame gedragsverandering op o.a. het Netwerkevent 'Verpakt met kennis'. Daarnaast begeleidde Linde Raport, in samenwerking met De Keet, de sociaal-circulaire hub in de regio Aalst, een workshop over alternatieve verpakkingsvormen met deelnemende bedrijven (GroenDruk, Jan De Nul Group, Leys NV, NMBS Technics en SC Packaging) en experts van Arteveldehogeschool, Fevia, the federation of the Belgian food companies, MAAAT, Valipac en VPK Group.

Tot slot experimenteert HOGENT ook binnen de eigen werking met de eliminatie van verpakkingen, en toont zo dat duurzaamheid niet alleen onderwezen, maar ook beleefd wordt. Via deze initiatieven levert HOGENT een waardevolle bijdrage aan de doelstellingen van de Green Deal Anders Verpakt, en zet het zich blijvend in voor innovatie, samenwerking en gedragsverandering richting een circulaire toekomst.

HO GENT

Leefmilieu Brussel streeft als ondersteunende partij in het kader van de GDAV naar een capaciteitsopbouw betreffende herbruikbare verpakkingen, via o.a.:

- Het uitwisselen van goede praktijken en opgedane praktijkervaring in het Brussels Gewest
- Het delen van informatie over alternatieven voor wegwerpverpakkingen, verpakkingssystemen en -diensten, mogelijke leveranciers, relevante verenigingen, enz.
- Het bevorderen van netwerking tussen de verschillende stakeholders
- Het organiseren van projectoproepen en eventueel toekennen van subsidies
- Het organiseren van sensibiliseringsacties in het Brussels Gewest
- Gerichte financiële ondersteuning van de vzw ConsomAction die ook deelnemer is van de GDAV.



Leefmilieu Brussel stelde relevante tools ter beschikking aan alle deelnemers, en zal dit ook in de toekomst blijven doen. Het gaat hierbij onder meer over praktische gidsen, infofiches, illustratieve video's, presentaties die gebruikt werden tijdens workshops.... Gedurende de GDAV werd ook een [inventarisatie](#) opgemaakt van bestaande afwasinfrastructuur in het Brussels Gewest en de rand. Leefmilieu Brussel heeft ihkv verschillende projectoproepen (BeCircular, lokale besturen,...) enkele subsidies met betrekking tot herbruikbare verpakkingen toegekend. Tot slot stelde ze ook haar infrastructuur ter beschikking voor een meeting van het coördinatieteam van de GDAV.

“Brusselse winkels, bedrijven, lokale overheden, scholen, sportclubs... velen van u gebruiken verpakkingen (food en non-food) als onderdeel van uw activiteiten. Via onze Helpdesk kan onze facilitator al uw vragen beantwoorden en u helpen bij het kiezen van duurzame verpakkingssystemen. De facilitator Verpakkingen van Leefmilieu Brussel contacteren doet u via verpakkingen@leefmilieu.brussels. “

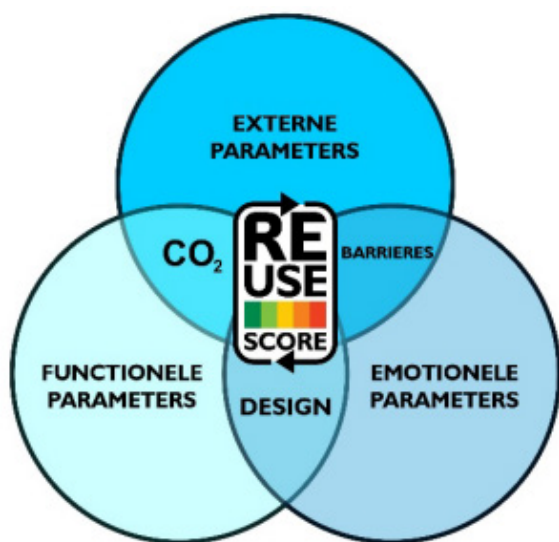
“Luca School of Arts deed onderzoek naar de relevantie van de ontwikkeling van een ‘herbruikbaarheid-score’, dat werd herleid naar de ontwikkeling van een framework met drie afbakeningen: functionele parameters, externe parameters & emotionele parameters.

Na een brede vooronderzoeksfase werd de detailscope verder afgebakend tot de emotionele parameters. Deze afbakening omvat de communicatieve eigenschappen op en van de herbruikbare verpakking die invloed hebben op de herbruikbaarheid-score, met daaraan gekoppeld de adaptiviteitsparameters en de gedragspsychologische aspecten. Denk bijvoorbeeld aan customer retention of hoe behoud of creëer je klantenbinding? Of hoe kan

je via branding consumentengedrag richting hergebruik sturen?

Het ontwikkelde theoretische framework wordt inmiddels door studenten gebruikt om praktische cases uit te werken en studies van verpakkingen te maken.

Verder werk zou kunnen evolueren naar een meer standaard herbruikbare verpakking die via branding toelaat om je product toch te differentiëren. Contacteer gerust LUCA indien je geïnteresseerd bent om binnen deze thematiek met een groep studenten samen te werken. Deze thematiek werd intussen geïntegreerd en zal verder uitgebreid worden binnen de lessenreeks en stages.”



LUCA
SCHOOL
OF
ARTS

POM West-Vlaanderen organiseerde een aantal ondersteunende activiteiten (themanamiddag, netwerkmoment, sensibiliseringsevent,...) omtrent preventie en hergebruik van verpakkingen in West-Vlaanderen, vooral gericht op West-Vlaamse kmo's in de kunststoffen- en voedingssector.

Actie 1: Themavoormiddag

Verpakkingsoptimalisatie.

Tijdens de Circulaire Week op het bedrijventerrein Grenslaan Menen-Wervik vond op 20 september 2022 de themasessie Verpakkingsoptimalisatie plaats.

Actie 2: Sensibiliseringsevent in kader van Green Deal Anders Verpakt.

Tijdens de periode februari/maart 2023 organiseerde POM samen met Hogeschool Vives een sensibiliseringsevent in kader van Green Deal Anders Verpakt. Hiervoor werkte POM samen met de opleiding eventmanagement. Voor een 3-tal studenten werd dit event een onderdeel van hun bachelor proef. Hierbij wordt voldoende ruimte gelaten voor de creativiteit van de studenten.

Beide activiteiten ondersteunden de GDAV en het gehele GDAV-netwerk werd dan ook uitgenodigd.

Het uitbouwen van een experiencecenter waar herbruikbare verpakkingen en verpakkingsoplossingen verzameld worden (zowel fysiek/online) met als doelstellingen volgende te bereiken:



Sensibilisatie van bedrijven binnen de West-Vlaamse maakindustrie en uitdagen om hun huidige businessmodel waarbij eenmalige verpakkingen worden gebruikt in vraag te durven stellen.

Toeleiding van geïnteresseerde bedrijven naar de beschikbare informatie en netwerk binnen West-Vlaanderen zoals het Circulair Materials Center, het onderzoeks- en opleidingscenter voor de textiel- en kunststofsector. Deze ondersteunde activiteit past binnen het actieplan van Fabrieken voor de Toekomst, een onderdeel van POM West-Vlaanderen.

Actieve ondersteuning werd geboden aan de GDAV door de organisatie op 9 februari 2023 bij Plastibac in Kuurne waar Hogeschool VIVES en POM West-Vlaanderen, het inspiratie-event "Verpakken, het kan anders" organiseerden.

<https://www.pomwvl.be/agenda/verpakken-het-kan-anders/2023/02/09>

<https://www.foodtec.be/nieuws/verpakken-het-kan-anders/>

<https://www.youtube.com/watch?v=16M5Mujpvj4>

https://www.linkedin.com/posts/pom-west-vlaanderen-fabrieken-voor-de-toekomst_verpakken-het-kan-anders-activity-7021035289913479168-m6-g/?trk=public_profile_like_view

https://www.facebook.com/vivesexpertisecentrumbusinessmanagement/?locale=nl_BE

Limburg.net werkt een aanbod uit van herbruikbaar cateringmateriaal voor gemeenten en verenigingen voor evenementen. Daarnaast sensibiliseert Limburg.net burgers en verenigingen om duurzaam feestjes en evenementen te organiseren. In navolging van het aanbod voor herbruikbare bekertjes werken we een aanbod uit rond herbruikbaar cateringmateriaal. Hierbij gaat Limburg.net op zoek naar een partner om in dit aanbod te voorzien voor alle

gemeenten en verenigingen in deze gemeenten in haar werkingsgebied. Limburg.net stelt een raamovereenkomst op waarbij dankzij haar schalgrootte gunstige prijzen kunnen worden verkregen. Dankzij deze raamovereenkomst zorgt Limburg.net ervoor dat gemeenten en verenigingen zonder administratieve rompslomp en aan een lage prijs gebruik kunnen maken van herbruikbaar cateringmateriaal tijdens hun events.

The logo for Limburg.net is a green rectangle with the text "LIMBURG.NET" in white, bold, uppercase letters. Below it, in smaller white uppercase letters, is the tagline "DA'S PROPER GEDAAN".

LIMBURG.NET
DA'S PROPER GEDAAN

STAD HASSELT

Stad Hasselt doet een communicatiecampagne rond herbruikbaar catering- en drankmateriaal bij take-away in horeca en events. Door de ontwikkeling van een nieuwe stadsapp worden consumenten die gebruik maken van herbruikbaar cateringmateriaal beloond met een korting als ze opnieuw inruilen en dit bij een van de deelnemende handelaren. Daarnaast willen ze ook inzetten op eventorganisatoren.

Het project heeft wat met moeilijkheden gekampt aangezien er niet zo'n groot politiek draagvlak was om de overschakeling naar hergebruik te maken vanwege het gebrek aan specifieke wetgeving. Er zou hier pas echt verandering komen indien wetgeving deze overschakeling verplicht, momenteel zijn er te weinig incentives om de kosten van deze overschakeling te verantwoorden.



**HASSELT
HEEFT
HET.**

Stad Mechelen zet in op verschillende aspecten binnen de Green Deal Anders Verpakt. Ten eerste is er het delen van informatie, resultaten en inspiratie van GDAV met het netwerk in regio Mechelen, via verschillende kanalen (nieuwsflash circulaire hub regio Mechelen, social media, ...). Dit gebeurt ook via het Circulair Ondernemersloket. Ten tweede focust Mechelen zich op het leiden van andere deelnemers naar de Green Deal Anders Verpakt. Daarnaast biedt Mechelen financiële ondersteuning aan ondernemers om in te zetten op herbruikbare verpakkingen of projecten om verpakkingen te verminderen (5.000 euro aan te vragen ikv Klimaatactie). Ten slotte focust de stad zich op het delen van goede praktijken van herbruikbare verpakkingen via de communicatiekanalen van de stad naar zowel burgers als ondernemers.

Deze aanpak heeft veel ondernemers geholpen, maar er is nog steeds veel werk aan de winkel. Veel horecaondernemers zoeken nog concrete

hulp bij de invoering van herbruikbare verpakkingen. Het is belangrijk om ondernemers te blijven informeren over de mogelijkheden en hen op te leiden om duurzame verpakkingen of systemen voor inzameling en retourneren te implementeren.

Naast ondernemers is er ook bewustwording bij consumenten nodig om hun gedrag aan te passen en hergebruik te stimuleren. Om de omslag naar duurzame verpakkingen verder te versnellen, wilt de stad een blijvende ondersteuning bieden door bewustwording te creëren, opleidingen te organiseren en ondernemers te begeleiden bij hun overstap naar herbruikbare verpakkingen. Daarnaast wil ze de samenwerking versterken en bedrijven stimuleren om meer in te zetten op een duurzame transitie. In overleg met de horecasector wordt bekeken welke zorgen en obstakels nog bestaan en hoe die aangepakt kunnen worden.



In het kader van het ‘Werkplan halve euro’ werd door het Lokaal Bestuur Tielt een subsidieaanvraag ingediend met als doel de afvalberg te verkleinen via een initiatief (‘Basta’) met herbruikbaar cateringmateriaal voor Tieltsse handelszaken die afhaalmaaltijden aanbieden. ‘Basta!’ is er gekomen op initiatief van vzw WOP!. Beide partners werken nauw samen om ‘Basta!’ goed te laten verlopen. Samengevat komt het neer op: een circulair systeem van duurzame, herbruikbare verpakkingen voor voedingsmiddelen; een assortiment aan vershoudende borden, -dozen en -potten gemaakt van ovenbestendig glas en/of gifvrij hard plastic; een waarborgsysteem met continue herverdeling van verpakkingen tussen de deelnemende restaurants, gecoördineerd door vzw WOP!

Voor dit project kon het lokaal bestuur tot eind 2024 rekenen op subsidies via OVAM en Fost Plus

in het kader van het ‘Werkplan halve euro’.

Beide partners hebben tot nu toe goed samengewerkt. Zo stond het lokaal bestuur onder meer in voor de communicatie en rapportering rond het project. WOP! stelde haar expertise ter beschikking en leverde de nodige input aan het lokaal bestuur voor de communicatie en de opmaak van die rapporteringen. Daarnaast stond WOP! ook in voor de logistieke organisatie en uitvoering van het project.

Hoewel het project steeds kleinschalig is gebleven, werd er op het vlak van herbruikbare verpakkingen toch iets in gang gezet in Tielt. Via Basta! is er toch het een en ander bijgeleerd over de uitvoering van zo’n project en de bijhorende knelpunten.

[Basta! the movie](#)



Twintag leverde hun expertise aan drie GDAV-projecten: Boemerang, Retourpack en Repaco.

Doelen:

- Duidelijk overzicht maken van de digitale objectieven voor alle partners in de keten: “waar zit de ‘win’?”.
- Een gebruiksvriendelijke userinterface ontwerpen die het circulaire proces ondersteunt.
- Een oplossing maken die past bij de behoeften van de partners in de keten én die op basis van data inzicht geeft in het circulaire proces dat op een vlotte wijze kan geraadpleegd worden.
- Een door Twintag ondersteunde implementatie waardoor elke deelnemer van de keten zich geruggesteund voelt.

Resultaten en impact

In de drie projecten werd er een “design for reuse” uitgewerkt volgens dezelfde cruciale basisprincipes:

- Eenvoudig en gebruiksvriendelijk: Consumenten en foodservice-partners zullen een herbruikbare verpakkingsooplossing alleen adopteren als deze extreem gebruiksvriendelijk is.
- Lage drempel: Geen barrières om mee te doen, geen app om te downloaden en een gemakkelijke retour van elke container bij elk afgifte punt.
- Inclusief: Iedereen (die bereid is) moet in staat zijn om het te gebruiken.
- Economisch: Het moet op grote schaal toepasbaar zijn zodat de kosten kunnen worden gereduceerd of vermeden.
- Duurzaam: De algehele CO2-voetafdruk moet lager zijn dan die van de alternatieven voor eenmalig gebruik.



ERVARINGEN MET HET (PILOOT)PROJECT

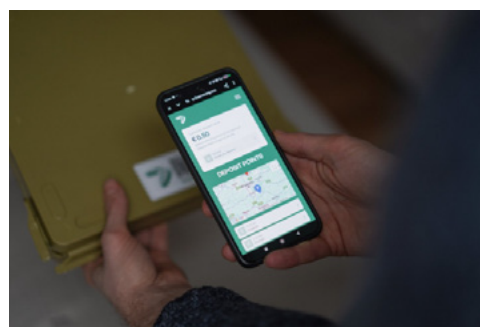
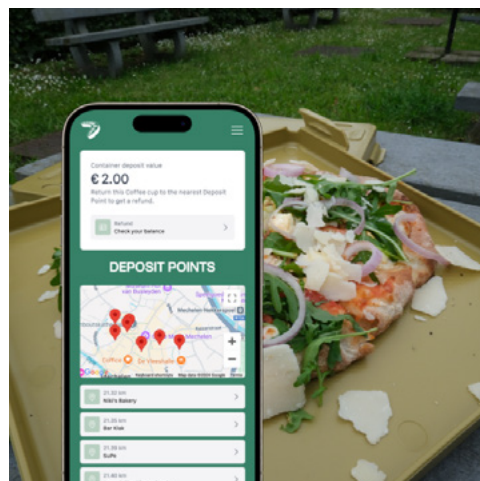
Het succes voor het introduceren van herbruikbare verpakkingen valt of staat met de gebruiksvriendelijke ervaring, die het voor consumenten en bedrijven makkelijk maakt om bij te dragen aan duurzaamheid zonder veel extra moeite.

Daarom is een digitale ondersteuning cruciaal om succesvol circulariteit uit te rollen. De digitale ondersteuning zorgt voor traceerbaarheid van de herbruikbare verpakking en biedt meerwaarde aan alle deelnemers in de circulaire keten. De twintag verhoogt de waarde van de verpakking doordat deze via een tag, zoals een QR-code, interactie aangaat met de gebruikers.

- Bij foodservice-partners is tijd een cruciale factor. De snelheid om een bestelling te verwerken en op te nemen in de digitale flow voor traceerbaarheid moet in een oogwenk gebeuren.
- Bij foodservice-partners moet het terugnameproces van verpakkingen zo efficiënt mogelijk gebeuren.
- De werkwijze moet zo eenvoudig zijn dat iedereen de nieuwe werkwijze wil omarmen. Een goede ondersteunende communicatie van bij de start van het project helpt hierbij.

AANBEVELINGEN/ LESSEN

- Organisaties met maatschappelijke visie rond R-strategieën moeten de kar trekken.
- Bovenal is een beheerder van het circulaire proces nodig, dat wil zeggen dat één partij het geheel moet overzien.
- Een stukje 'forceren' zal nodig zijn om echte verandering te bewerkstelligen, bv. invoeren van (digitaal) statiegeld en belasting op single-use verpakkingen



“Om op een duurzame manier een circulaire waardeketen te implementeren, is er een “what’s in it for me” nodig voor elke betrokken partij, die naast duurzaamheid zelf ook een rechtstreekse impact heeft op de P&L: verbeterde (digitale) processen die leiden tot kostenbesparingen (bv. in logistiek) of nieuwe inkomstenbronnen door het aanbieden van nieuwe (digitale) diensten. In de betrokken projecten hebben we deze win-win-win-win-win’s gezocht én gevonden.”

Universiteit Antwerpen ondersteunt met REuse Lab bedrijven bij de succesvolle implementatie en ontwikkeling van kwalitatieve herbruikbare alternatieven voor single-use of korte-levensduur producten. De universiteit biedt bedrijven een context voor experimenten om samen de hindernissen te reduceren in een circulaire economietransitie. Het universitair multidisciplinair labo biedt expertenadvies gebaseerd op dataverzameling in een reële (markt)context volgens wetenschappelijke methodes.

De Universiteit Antwerpen voerde in opdracht de Green Deal Anders Verpakt de REturn-studie uit over inzameling van herbruikbare verpakkingen. De studie deelt een diepgaand inzicht over

bestaande inzamelsystemen voor herbruikbare verpakkingen, hun werking, en de belangrijkste uitdagingen en opportuniteiten die daarbij komen kijken. Op basis daarvan worden mogelijke toekomstscenario's ontwikkeld, met als centrale vraag hoe de inzameling van herbruikbare verpakkingen in de toekomst georganiseerd kan worden. Daarnaast toetst de studie de acceptatie van deze scenario's bij verschillende stakeholders, met als uiteindelijke doel handvaten aan te reiken voor genuanceerde en toekomstgerichte keuzes voor het opzetten van een inzamelinfrastructuur voor herbruikbare verpakkingen, zowel vanuit de markt als vanuit de overheid.



**Universiteit
Antwerpen**

Hogeschool UC Leuven-Limburg (UCLL) ondersteunt via de expertisecentra Smart Organizations en Sustainable Resources bedrijven die willen inzetten op de transitie naar een meer duurzame en circulaire bedrijfsvoering en de vergroening van hun industriële processen. Hierbij vertrekken de onderzoekers van de specifieke doelen en noden van het bedrijf.

UCLL is lid van het European University Alliance EUDRES dat als doelstelling heeft bij te dragen aan slimme en duurzame regio's. Bedrijven en organisaties met een uitdaging rond circulaire economie kunnen die voorstellen aan een internationaal studententeam dat onder begeleiding van ervaren onderzoekers op zoek gaat naar mogelijke oplossingen, waarbij de regionale meerwaarde en internationale samenwerking centraal staan.

Meer info:

Smart Organizations: <https://www.cimio.ucll.be/>

Sustainable Resources: <https://research-expertise.ucll.be/en/sustainable-resources>

EUDRES challenges : <https://eudres.eu/i-living-labs>



Binnen de onderzoeksgroep Materials and Packaging: Research and Services (MPR&S) van Universiteit Hasselt wordt o.a. ingezet op duurzame en circulaire verpakkingsooplossingen. Hun bijdrage aan de Green Deal kwam tot uiting via drie centrale actiedomeinen:

1. Fysisch-mechanische karakterisatie van verpakkingsmaterialen en –concepten

UHasselt biedt diepgaand onderzoek naar de eigenschappen van verpakkingen via het MPR&S-lab. Dit helpt bedrijven bij het beter begrijpen, optimaliseren en verduurzamen van hun verpakkingsmaterialen. Meer info

2. Kennisdeling rond contactmaterialen via TREFCOM

Tijdens een presentatie binnen het TREFCOM-project (gecoördineerd door Sciensano en gefinancierd door de FOD Volksgezondheid) werd aandacht besteed aan risico's van nieuwe materialen en voorwerpen in contact met voeding. Dr. Els Van Hoeck (Sciensano) leidde deze sessie, met als doel bedrijven te sensibiliseren over voedselveiligheid bij innovatieve verpakkingen.

3. Verpakkingsdiagnoses in samenwerking met Fost Plus en Valipac

UHasselt voerde in verschillende bedrijven verpakkingsaudits uit met focus op reductie, hergebruik en vermijden van verpakkingsmaterialen. Via praktijkgerichte quick-win adviezen, zoals het vermijden van onnodige luchtverpakking, inzetten op herbruikbare oplossingen

of kiezen voor duurzamere toebehoren, werd concrete impact gerealiseerd.

Hoewel UHasselt geen specifiek apart Green Deal-project heeft ingediend, leverde hun expertise waardevolle ondersteuning aan bedrijven die werk willen maken van duurzame verpakkingen.

“Wens je het duurzaam gebruik van verpakkingen in je bedrijf te optimaliseren, maar weet je niet goed waar beginnen? Vraag een verpakkingsdiagnose!

Verpakkingen oogsten vandaag nog altijd veel kritiek. Toch zijn ze heel sterk aan het evolueren, onder meer dankzij de inspanningen die bedrijven leveren om zowel de functie als het formaat van de verpakking te optimaliseren. Ook kleine ondernemingen kunnen door verpakkingsoptimalisatie heel wat ecologische en financiële voordelen realiseren.

Doch, ze hebben niet altijd de tijd en/of de middelen om zich te buigen over deze materie, die complexer is dan ze op het eerste zicht lijkt.

Daarom biedt MPR&S in samenwerking met Fost Plus en Valipac een snelle en gratis diagnose aan van de verpakkingssystemen van hun leden. Deze diagnose moet bedrijven helpen om verpakkingsafval te voorkomen en de milieu-impact van de combinatie product/verpakking te verlagen. Zowel ecologische als financiële aspecten worden in rekening gebracht, waardoor de bedrijven vlot quick-wins kunnen realiseren.”

UNIZO

“Communicatie-initiatieven om de Green Deal te steunen”

UNIZO zet in op communicatie-initiatieven om de GDAV te ondersteunen via hun verschillende digitale kanalen alsook het ZO-magazine. Daarnaast ook concrete ondersteuning van een deelnemende partij. Als interprofessionele ondernemersorganisatie communiceren zij in de eerste plaats naar leden-ondernemers, en niet zozeer naar particulieren. Dat geldt ook voor alles wat met verpakkingen en verpakkingswetgeving te maken heeft.



VBT

“verduurzamen van verpakkingen voor groenten en fruit”

Het VBT had als doel om binnen de coöperatieve groente- en fruitsector de verpakkingen verder te verduurzamen en in het bijzonder hergebruik te stimuleren door mee te doen als ondersteunende organisatie binnen de Green Deal Anders Verpakt. Het VBT en de leden zetten zich in op meerdere aspecten. Ten eerste wordt bulkverkoop aangemoedigd via accurate contacten tussen de coöperaties en de klanten, en waarbij ompakken wordt voorkomen. Groente- en fruitstickers vormen een tweede aspect. Waar mogelijk wordt het gebruik van stickers gebannen. In de overige gevallen is omgeschakeld naar industrieel-composteerbare stickers. De komende jaren wordt een omschakeling naar thuis-composteerbare stickers verder onderzocht. Een derde voorbeeld

is de focus op onderzoek.

Het VBT nam als partner deel aan een onderzoeksproject naar de levensduurverlenging van houten fruitkisten. Op lange termijn zal dit wellicht

duurzamer blijken, maar

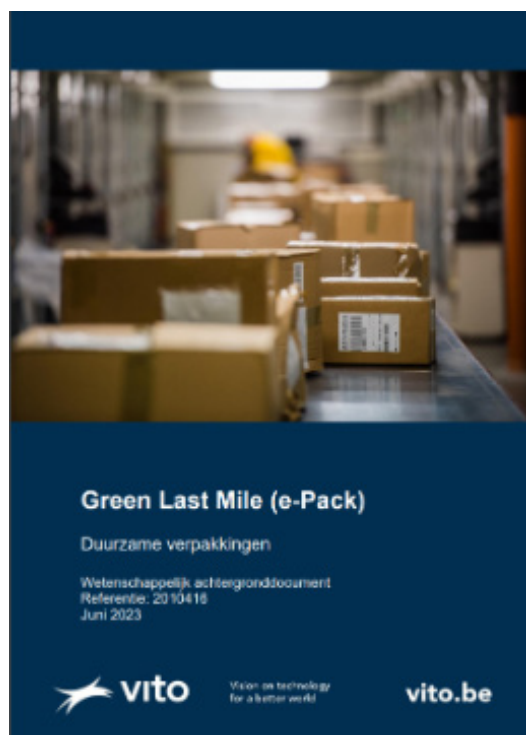
momenteel is de economische haalbaarheid onvoldoende. Tijdens de loop van het Green Deal Anders Verpakt project is, samen met ketenpartners, gewerkt rond herbruikbare consumentenverpakkingen voor groenten en fruit. Deze initiatieven worden verdergezet. Bij de bedrijfsmatige verpakkingen heeft het aandeel meermalige verpakkingen bij de VBT leden reeds jaren een plafond bereikt.



VITO

“Green Last Mile (E-Pack)”

Vito wil met Green Last Mile (e-pack) stimuleren dat de juiste, duurzame keuze voor verpakking en verzending wordt gemaakt door webshops, logistieke dienstverleners en consumenten via de ontwikkeling van een rekenmethode en tool die duidelijkheid verschaft over de impact van verpakkings- en verzendingsmethoden (i.s.m VIL).



VVSG

“Green Last Mile (E-Pack)”

VVSG ondersteunt de deelnemende lokale besturen door ze samen te brengen en kennisdeling te bevorderen. Hierdoor ook nagaan welke rol lokale besturen kunnen spelen in de transitie naar hergebruik en preventie; actief best practices verspreiden; belang van preventie van verpakkingen bewaken in overlegmomenten met andere partners.



VLAIO stelt subsidies beschikbaar. In de EFRO-call die werd gelanceerd door VLAIO werd preventie en hergebruik van verpakkingen specifiek opgenomen naar aanleiding van de GDAV. Daarnaast ondersteunt Team Bedrijfstrajecten bedrijven in de GDAV bij hun zoektocht naar financiering en partners/bedrijven doorheen de waardeketen om hun projecten te realiseren. Hiervoor organiseert Team Bedrijfstrajecten infosessies en biedt ze individuele begeleiding aan.

Het project van de herbruikbare champignonverpakkingen is wel een mooi project (goedgekeurd VLAIO -project circulaire ketensamenwerking) waar vele leden van de GDAV bij betrokken zijn: Mivas, verschillende supermarkten, enz. Collega Elien Danckaerts heeft hen begeleid. Dit is een mooi voorbeeld van de versterkende werking tussen GDAV en VLAIO.

<https://www.vlaio.be/nl/nieuws/31-goedgekeurde-projecten-circulaire-ketensamenwerking>



BIJLAGE 3

HERBRUIKBARE VERPAKKINGEN IN E-COMMERCE

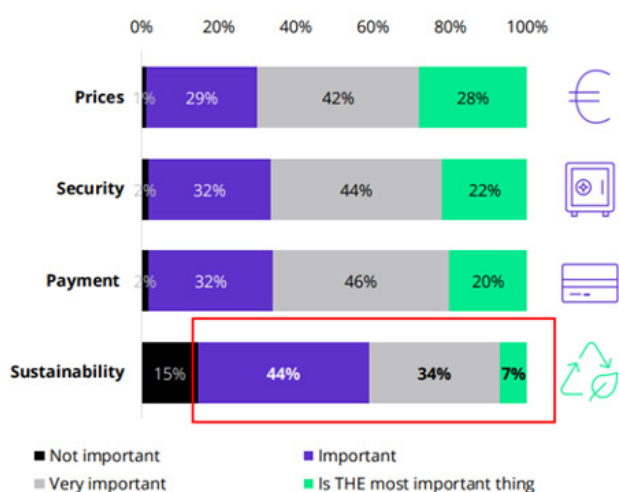
**GREEN
DEAL**

012.
ANDERS
VERPAKT

INLEIDING: DE GROEIENDE NOODZAAK VAN DUURZAME OPLOSSINGEN IN DE E-COMMERCE

De e-commerce sector in België heeft een significante groei doorgeemaakt, met een recordomzet van € 17,4 miljard in 2024. Het gebruiksgemak van e-commerce is duidelijk maar met de groeicijfers komen echter ook meer vragen over de milieu-impact. Niet alleen de wetgever maar ook de consument heeft hier steeds meer aandacht voor.

Uit onderzoek van federatie Becom blijkt dat een aanzienlijke **85%** van de Belgische online shoppers duurzaamheid erg belangrijk vindt.



De ideale webshop volgens de Belgische consument. Vooral jonge consumenten vinden duurzaamheid belangrijk. Bron: Belgian Online Shopper Survey 2024 (WhyFIVE)

Een efficiënte verzending (met levering naar bemande of onbemande afhaalpunten), duurzame producten en milieuvriendelijke verpakking zijn daarbij het belangrijkste. Het verpakkingsafval dat door e-commerce wordt gegenereerd, speelt een belangrijke rol in de totale milieu-impact van de sector. Studies tonen aan dat verzendverpakkingen een aanzienlijke bijdrage leveren aan de koolstofvoetafdruk van de sector.

Dat inzicht benadrukt de noodzaak om oplossingen te vinden die deze impact minimaliseren. Het vermijden en verminderen van overbodige verpakking of opvulmateriaal is een startpunt. Maar ook het introduceren van herbruikbare verpakkingen biedt een directe aanpak om de hoeveelheid geproduceerde en weggegooiden verpakkingen te verminderen. Door over te stappen van eenmalige naar herbruikbare verpakkingen kunnen bedrijven de hoeveelheid afval die naar recycling of verbrandingsovens gaat aanzienlijk verminderen en de energie en grondstoffen die nodig zijn voor de continue productie van nieuwe verpakkingen beperken.

Bovendien wordt de noodzaak van herbruikbare verpakkingen versterkt door de wetgeving, zoals de Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) van de Europese Unie. De PPWR stelt doelstellingen vast voor recycling en verplicht het (deels) gebruik van herbruikbare verpakkingen in verschillende sectoren, waaronder e-commerce.

Ook al is er een uitzondering voorzien voor kartonnen verpakkingen, het is duidelijk dat het regelgevend kader verschuift naar een grotere milieuverantwoordelijkheid voor verpakkingen. Vroege adoptie van herbruikbare systemen helpt bedrijven niet alleen om aan toekomstige wettelijke vereisten te voldoen, maar kan hen ook positioneren als leiders op het gebied van duurzaamheid.

Bedrijven die proactief inspelen op het groeiende milieubewustzijn van consumenten door initiatieven zoals herbruikbare verpakkingen, kunnen dus hun merkimago verbeteren, milieubewuste klanten aantrekken en mogelijk de klantenbinding verhogen.

1. Herbruikbare verpakking -definitie en concept

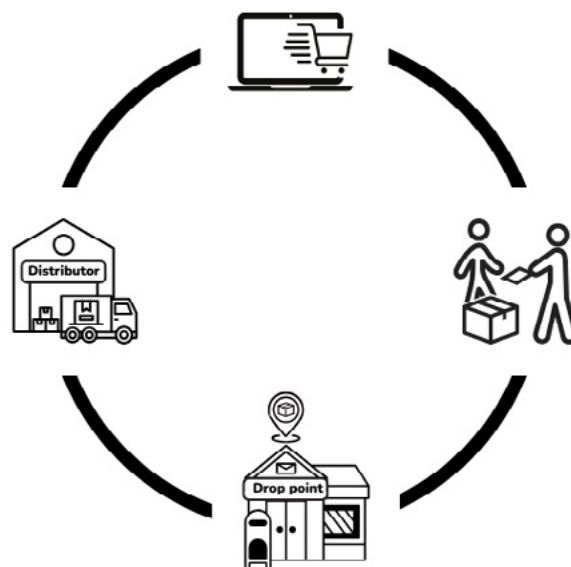
Herbruikbare verpakking voor e-commerce is een verzendverpakking die ontworpen is om meerdere keren te worden gebruikt voor het verzenden van goederen van een webshop naar klanten en weer terug, met als doel afval te verminderen en een duurzamer proces te creëren.

Daarbij staan de basisvereisten voor elke verzendverpakking voorop: het voldoende beschermen van de inhoud tegen schade tijdens transport waarbij formaat en materiaalgebruik zo passend mogelijk zijn.

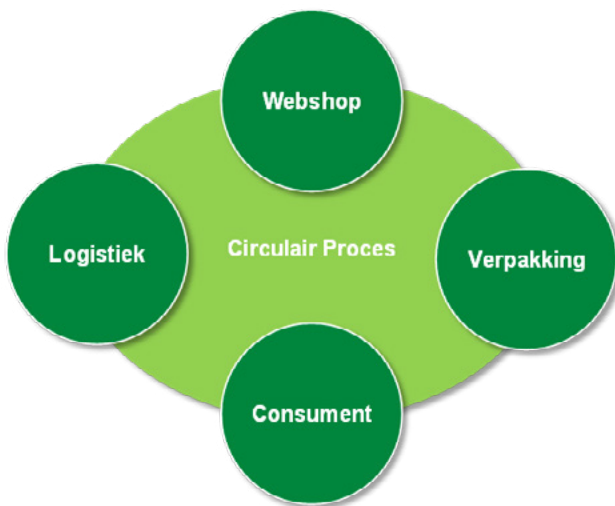
Daarenboven bepaalt de PPWR dat elke verpakking moet beantwoorden aan de design for recycling criteria en moet bestaan uit een minimum van 35% gerecycleerd materiaal (tegen 2030). Ook mag de lege ruimte in de verpakking maximum 50% bedragen (inclusief opvulmaterialen). Omdat op dit moment de uitvoeringsbesluiten worden geschreven zijn nog niet alle modaliteiten hierover bekend.

HET BASISCONCEPT

In een herbruikbaar verpakkingsconcept gaat de verpakking van handelaar naar de klant en weer terug. Waarbij de verpakking zo vaak mogelijk wordt gebruikt.



Het introduceren van herbruikbare verpakking in de e-commerce omvat dus veel meer dan enkel de verpakking zelf. In tegenstelling tot het gebruik van verpakking voor éénmalig gebruik vereist herbruikbare verpakking een kosten efficiënt circulair proces.



4 bouwstenen worden onderscheiden:

- De webshop, met onder andere aanpassingen aan de check-out,
- de verpakking zelf,
- de consument en hoe deze te motiveren voor het gebruik en terugsturen van herbruikbare verpakking en
- het logistieke proces met inzamelpunten en traceerbaarheid.

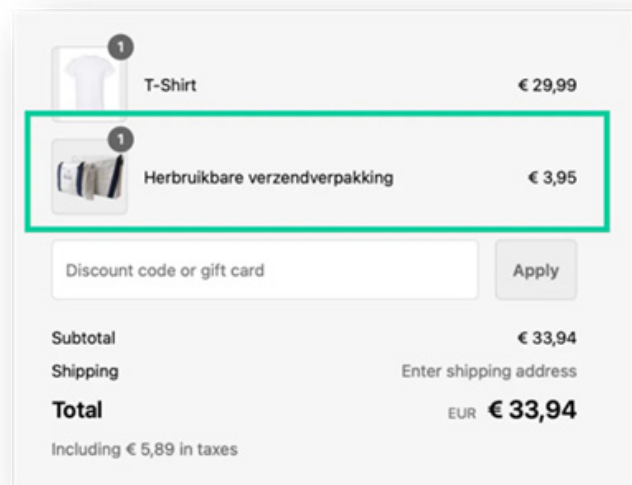
Maar bovenal is het belangrijk dat deze bouwstenen bijdragen aan een efficiënt circulair proces. Ondoordachte verpakkingsbeslissingen kunnen bijvoorbeeld extra handeling of reiniging met zich meebrengen waar door het proces te duur en minder duurzaam wordt.

DE WEBSHOP

In eerste instantie moet nagedacht worden of volledig zal overgeschakeld worden naar herbruikbare verpakkingen of dat beide verpakkingsoplossingen naast mekaar worden aangeboden. Redenen om beide oplossingen aan te bieden zijn het productgamma (sommige producten kunnen bijvoorbeeld te groot zijn) of om in te spelen op een bepaalde klantwens.

Het aanbieden van herbruikbare verpakkingssystemen heeft niet alleen operationele gevolgen in het magazijn maar vereist ook de nodige aanpassingen aan het commerciële beleid en de website.

- Commercieel:
 - Aanbieden van de keuze mogelijkheid vereist een aanpassing aan de webshop om de klant de mogelijkheid te geven te kiezen voor herbruikbare verpakkingen. Sommige aanbieders zoals Rajapack en Boxo bieden plug-ins voor e-commerce platformen zoals Shopify en dergelijke.



Bron: Shopify

- Prijszetting: aan het aanbieden van herbruikbare verpakking is vaak een extra kost verbonden (kosten veroorzaakt door extra transport, duurdere verpakkingen, handeling en dergelijke). Het is een bedrijfsstrategische beslissing om deze kost al dan niet (volledig) door te rekenen aan de klant. Daarnaast zijn er een aantal financiële mogelijkheden om het terugsturen van verpakkingen te stimuleren:

- een waarborg systeem waarbij de klant bij het afrekenen een klein bedrag betaalt voor de verpakking. Bij het inleveren van de verpakking wordt de waarborg dan teruggestort. Tip: hoe eerder in het proces je de waarborg terugstort hoe beter voor het consumentenvertrouwen.
- Een bibliotheek systeem waarbij de klant een bepaalde tijd krijgt om de verpakking weer in te leveren of er volgt een boete.
- Gebruik van waardebonnen of kortingscodes.

Een nauwgezette en snelle opvolging van de gebruikte verpakking is hierbij cruciaal voor een goede klantbeleving en een duurzaam circulair systeem. Het garandeert dat de klant tijdig zijn waarborg terugkrijgt of dat een boete wordt toegepast; een naadloze integratie in de webshop administratie is dus broodnodig. Zeker indien gewerkt wordt met een eigen pool aan herbruikbare verpakkingen zal deze aanpassing moeten worden voorzien. Indien gebruik gemaakt wordt van een aanbieder van herbruikbare verpakkingsoplossingen zal de aanbieder dit meestal voor zijn rekening nemen (bijvoorbeeld Hipli, Re-pack en Re-Zip bieden daarvoor de nodige oplossingen).

- Operationeel:

- De integratie van herbruikbare verpakkingen zal een herziening van de bestaande orderverwerking workflows noodzakelijk maken, waarbij magazijnmedewerkers getraind moeten worden in de juiste procedures voor het hanteren, inpakken en labelen van herbruikbare verpakkingen, die aanzienlijk kunnen verschillen van standaard eenmalige verpakkingen. Een efficiënte integratie vereist dat de nieuwe verpakkingen het afhandelingsproces niet significant vertragen. Training en duidelijke procedures zijn cruciaal voor een vlotte overgang.
- Efficiënt voorraadbeheer en opvolging van de verpakkingen in omloop zal een aanpassing vragen van de verschillende systemen voor magazijn- en voorraadbeheer.
- Communicatie: het aanbieden van herbruikbare verpakking moet goed gecommuniceerd worden. Informeer je klant over waarom je dat als webshop belangrijk vindt en hoe het werkt? Geef zeker ook aan waar de klant de verpakking weer kan inleveren en hoe dat financieel verrekend wordt. Verdere communicatie via de verschillende marketing kanalen kan helpen je als aanbieder van duurzame oplossingen te positioneren.

DE VERPAKKING

De basisvereiste van elke verzendverpakking is het voldoende beschermen van de inhoud tegen schade tijdens transport waarbij formaat en materiaalgebruik zo passend mogelijk zijn. Naast de PPWR vereisten zijn er voor herbruikbare verpakking echter nog extra factoren van belang:

- De verpakking moet bestand zijn tegen veelvuldig gebruik. Belangrijk is dat het ontwerp en de hoeveelheid materiaal afgestemd is op het gebruik en het verwachte aantal rotaties (d.w.z. hoeveel keer een individuele verpakking wordt hergebruikt).
- De verpakking moet het circulaire proces maximaal ondersteunen: Het moet duidelijk zijn voor de ontvanger dat het over een herbruikbare verpakking gaat.
 - De instructies zijn helder.
 - De verpakking moet makkelijk geplooid of gevouwen kunnen worden.
 - De afmetingen van de (gevouwen) verpakking zijn passend voor het inzamelsysteem. Over het algemeen geldt dat hoe kleiner deze afmetingen hoe eenvoudiger (en goedkoper) de retour logistiek zal zijn.
 - Er is een oplossing voor het verzendlabel (via een pouch of door makkelijk verwijderbare lijmsorten).
 - Er is een aangepast sluitingssysteem voorzien dat enerzijds de goederen beveiligt maar ook makkelijk weer kan gesloten worden voor de retourzending.
- De verpakking moet makkelijk te gebruiken zijn bij het klaarmaken van de verzending: makkelijk op te bouwen en te sluiten om te vermijden dat het packing proces wordt vertraagd en duurder wordt..

DE KLANT

De klant moet door de handelaar goed geïnformeerd worden over de mogelijkheden en voordelen van herbruikbare verpakkingen net als hoe dit praktisch in zijn werk gaat. Dit is belangrijk om vertrouwen te creëren. Daarnaast is het van het grootste belang dat de klant gemotiveerd wordt om de verpakking snel terug te sturen. De eerder vermelde waarborg- of bibliotheeksystemen vormen daarvoor de basis, maar ook het gebruiksgemak van het hele proces is daarbij belangrijk. Vooral het inzamelnetwerk draagt daartoe bij. Kies dus zeker voor een dienstverlener die daarvoor een breed netwerk heeft, de regel is immers dat hoe dichterbij een klant een inzamelpunt ter beschikking heeft, hoe makkelijker het retourproces verloopt. Dat is ook positief om herhaalaankopen te stimuleren. Eens de verpakking is ingeleverd in het inzamelpunt is het aangeraden de financiële transactie af te ronden (terug storten van de waarborg bijvoorbeeld).

DE LOGISTIEK

We onderscheiden drie delen:

- De levering van het product (verschilt niet van de levering van producten in verpakking voor éénmalig gebruik).
- Het inzamelen van de verpakking. Voor een hoog retour percentage is het belangrijk dat de consument een inzamelpunt (bemand of onbemand) dicht in zijn buurt heeft of op plaatsen waar hij vaak komt (werk, school, openbaar vervoer, retail). Uit onderzoek blijkt dat als dat het geval is, consumenten vaker gebruik maken van dergelijke punten. Het kan dan gaan om pakketautomaten, postkantoren of pakketpunten.

Deze infrastructuur is reeds vertrouwd voor de meeste online kopers vermits het ook gebruikt wordt voor het terugsturen van aankopen (de zogenaamde retouren). Verder biedt het bestaande netwerk van meer dan 9000 rode bpost brievenbussen (www.postaalpunt.be) een kosteneffectieve en breed toegankelijke retourmogelijkheid voor klanten in heel België. Maar ook de eigen winkels van de handelaar komen hiervoor in aanmerking. Dit biedt de handelaar extra commerciële mogelijkheden. Andere belangrijke factoren die de kostprijs bepalen zijn de afmetingen van de (gevouwen) verpakking (grote verpakking kan bijvoorbeeld niet in de brievenbus) maar ook hoeveel verpakkingen kunnen worden geconsolideerd in deze punten.

- Het retourtransport naar de handelaar (of aanbieder) is de stroom die vanuit de inzamelpunten via één of meerdere distributie- of sorteercentra naar de handelaar of aanbieder van herbruikbare verpakking

gaat. Ook voor deze stroom is maximale consolidatie van volume (en combinatie met andere stromen) doorslaggevend voor de kostprijs.

De totale afstand afgelegd in het logistieke proces heeft een belangrijke invloed op de duurzaamheid van het totale proces. Zeker indien extra bewegingen moeten gemaakt worden naar sites voor reiniging of reparatie vooral indien deze in het buitenland gevestigd zijn.

De transparantie van het proces is even zo belangrijk als de fysieke bewegingen. Het tracken van de belangrijkste processtappen zorgt immers voor een goed beheer van de verpakkingen, voor een goede afhandeling van de financiële transacties en uiteindelijk het vertrouwen van de consument. Hiervoor bestaan meerdere oplossingen, zoals onder andere aangeboden door GDAV ondertekenaar Twintag.

EEN EFFICIËNT CIRCULAIR PROCES

Een herbruikbaar verpakkingsconcept kan alleen maar een volwaardig alternatief zijn voor verpakkingen voor éénmalig gebruik als het kosten efficiënt is en gebruiksgemak biedt aan de consument. Daarvoor zijn er een aantal belangrijke indicatoren:

- Het aantal rotaties van de verpakking (afhankelijk van het gebruikte materiaal)
- Het verlies percentage
- Totale kost (verpakking, extra handeling, transport, beheer)
- Het transport (voornamelijk de lengte van de keten)

We merken dat bij het introduceren van herbruikbare verpakking voornamelijk wordt gekeken naar de verpakking, de aanpassingen aan de webshop en de kosten van het retourtransport. Dat zijn weliswaar belangrijke elementen maar nog belangrijker is hoe dit allemaal past in één circulair concept en wie dit proces beheert.

Op dit moment zijn er weinig spelers die het hele proces integraal beheren op grote schaal. Er beweegt echter wel wat bij logistieke dienstverleners, aanbieders van ICT toepassingen maar ook bij sommige producenten van verpakking. Dat is een positieve evolutie omdat zo de handelaars kunnen ontzorgd worden en specialisten voor een kosten efficiënt proces kunnen zorgen waarschijnlijk met een grotere vorm van standaardisering.

Kosten

De implementatie van herbruikbare verpakkingen kan op de lange termijn leiden tot aanzienlijke kostenbesparingen door de terugkerende uitgaven voor eenmalige verpakkingen te verminderen. De kosten per gebruik van herbruikbare verpakkingen dalen met elke rotatie. De prijzen van karton stijgen, waardoor hergebruik aantrekkelijker wordt. Vooral gezien de toenemende kosten van grondstoffen zoals karton en mogelijke toekomstige regelgeving die de prijs van niet-herbruikbare opties kan verhogen, kan herbruikbare verpakking economisch voordeliger worden.

Als absolute voorwaarde daarvoor is dat een efficiënt en klantvriendelijk circulair proces is opgezet waarbij alle componenten maximaal op mekaar zijn afgestemd om overbodige activiteiten en kosten te vermijden.

2. Voorbeelden

In de looptijd van de Green Deal Anders Verpakt liepen een aantal proefprojecten maar kwamen ook commerciële herbruikbare verpakkingsconcepten op de markt.

Ondertekenaars Loopipak, Rajapak en bpost maar ook Twintag waren hierbij zeer actief. In bijlage van dit rapport vindt u meer informatie hierover terug.

3. Conclusies & aanbevelingen

Alhoewel de PPWR-wetgeving streeft naar een groter aandeel van herbruikbare verpakkingen is er nog grote onduidelijkheid over de exacte streefcijfers en modaliteiten voor invoering.

Het is echter duidelijk dat steeds meer bedrijven en consumenten een duurzamere e-commerce wensen. Daarom is het introduceren van herbruikbare verpakkingen wenselijk daar waar redelijkerwijs mogelijk. Vooral voor lokale stromen van kleinere producten die geen reiniging van de verpakking vragen is het aangewezen de implementatie te onderzoeken. Er zijn in Vlaanderen enkele spelers op de markt die hierbij kunnen een oplossing kunnen bieden.

Belangrijk is eerst het (circulaire) proces te bepalen: welke beleving wil ik mijn klanten bieden, waar kan verpakking ingeleverd worden, wil ik eigen winkelpunten inzetten, hoe verloopt de financiële transactie, etc; vervolgens kan dan gekeken worden naar de juiste herbruikbare verpakking. Dat kan een standaard aanbod zijn maar vele producenten bieden ook op maat gemaakte oplossingen aan die dan op basis van de eerder gemaakte keuzes kunnen ontwikkeld worden.

Om het aandeel van herbruikbare verpakkingen significant te verhogen zijn echter bijkomende stimulansen nodig. De overheid kan daartoe zijn steentje bijdragen.

BIJLAGE 4

HERBRUIKBARE VERPAKKINGEN IN COSMETICA EN DETERGENTEN

**GREEN
DEAL**

012.
ANDERS
VERPAKT

HERBRUIKBARE VERPAKKINGEN IN COSMETICA

Bedrijven in de sector van de cosmetica en de detergenten willen natuurlijk hun steentje bijdragen en projecten indienen die de hoeveelheid eenmalige verpakkingen kunnen verminderen.

Maar dit is niet altijd zo eenvoudig want de **Europese cosmetica verordening** ([Cosmetica VERORDENING \(EG\) nr. 1223/2009](#)) en eveneens de **Europese detergenten verordening** ([Detergenten VERORDENING \(EG\) Nr. 648/2004](#)) leggen aan de fabrikanten/invoerders in Europa specifieke wettelijke verplichtingen op.

Ook de **Europese verordening voor de indelingen, etikettering en verpakking** ([CLP VERORDENING \(EG\) Nr. 648/2004](#)) en de **transportwetgeving** ([ADR - Agreement concerning the International Carriage of Dangerous Goods by Road](#)) voor ingedeelde chemische producten legt hier bepaalde regels op voor de producten en hun verpakking.

Dit met het doel dat fabrikanten/importeurs de veiligheid en gezondheid van de gebruiker veiligstellen en dat producten op een veilige manier kunnen getransporteerd, afgevuld en opgeslagen kunnen worden, dit om milieu en mens te vrijwaren.

[Wat houdt CLP in? - ECHA](#)



Zeer belangrijk hierbij is ook dat de producten, die steeds meer en meer ecologische producten op plantaardige basis worden en nagenoeg geen conserveermiddelen meer bevatten, dienen gevrijwaard te blijven van de eventuele microbiologische verontreiniging door herafvullen, productrestanten, langdurig gebruik, enz.

De recente **Europese algemene verordening productveiligheid** (GPSR) is op 12 juni 2023 in werking getreden en is van toepassing vanaf 13 december 2024, ter vervanging van de [General Product Safety Directive](#) (GPSD) en is een aanvulling op andere EU-specifieke veiligheidswetgeving: als de verticale EU-wetgeving specifieke veiligheidseisen oplegt aan producten, dan heeft de GPSR betrekking op alle aanvullende aspecten en risico's die niet onder de specifieke vereisten vallen en zodoende te zorgen dat alle consumentenproducten 100% veilig zijn.

De GPSR heeft betrekking op alle producten die tastbaar, niet-tastbaar of van gemengde aard zijn, met inbegrip van apps en softwareproducten, enz. De GPSR is ook van toepassing op producten die op de markt worden gebracht of op de markt worden aangeboden, ongeacht of het gaat om nieuwe, gebruikte, gerepareerde of gereviseerde producten.

Deze verordening voorziet in nieuwe en toekomstbestendigere regels voor productveiligheid die de nieuwe realiteit van EU-consumenten weerspiegelen. Het gaat bijvoorbeeld om de veiligheid van online verkoop, directe import en nieuwe technologische producten. Het versterkt ook de verantwoordelijkheden in de hele toeleveringsketen om gelijke voorwaarden te bieden aan alle bedrijven die in de EU actief zijn.

De GPSR definieert de algemene veiligheidseis, die bedrijven verplicht om alleen veilige producten (inclusief verpakkingen) op de EU-markt te brengen of aan te bieden.

[EU's General Product Safety Regulation \(GPSR\): A New Era of Consumer Protection | Access2Markets](#)

COSMETICA

Zo mogen **cosmetische producten** enkel en alleen onder bepaalde voorwaarden gefabriceerd en afgevuld worden (GMP of Good Manufacturing Practices), zijn er strikte bepalingen voor wat betreft de bruikbaarheid na openen van de verpakking en de uiterste houdbaarheidsdatum van het product zelf. Hierdoor is het bijvoorbeeld niet toegelaten dat de consument zelf de verpakking van een cosmetisch product gaat navullen in een verkooppunt en kan dit alleen onder strikte controle van een erkend persoon gebeuren, bijvoorbeeld een apotheker of opnieuw in de fabriek of afvulstation die hiervoor een vergunning heeft. Ook zijn er zoals eerder gemeld, de verplichte vermelding van de houdbaarheidsdatum na openen van de verpakking. Dit is vergelijkbaar met de uiterste gebruiksdatum van voedingsmiddelen maar niet helemaal hetzelfde.

[Cosmetics - European Commission](#)

[Cosmetics Europe -](#)

[The Personal Care Association ::](#)

[Understanding the Cosmetics Regulation](#)

DETERGENTEN

Voor **detergenten** (schoonmaakproducten), die als gevaarlijk ingedeeld zijn (met een CLP-gevaren etiket) worden specifieke eisen gesteld aan de stevigheid en gebruikte materialen van de verpakking en is het ook afhankelijk van de indeling niet toegelaten om een verpakking meer dan een aantal vooraf bepaalde keren te hervullen en gebruiken. (ADR)

Bij de ingediende projecten zal men dan ook mogelijk niet 100% kunnen voldoen aan de criteria van het volledig vermijden van eenmalige verpakkingen maar zal men met tussenoplossingen (wel kunnen bijdragen aan een zeer belangrijke reductie van het aantal eenmalige verpakkingen, drukpompverstuivers, doseerflacons, enz. dat op de markt gebracht wordt.

[Simplified, clearer and digital rules for detergents](#)

[A.I.S.E. Guidelines on the implementation of the Detergents Regulation](#)

CONCLUSIE

Het vermijden, verminderen van verpakkingsafval is een zeer belangrijke doelstelling voor de sector van de cosmetica en detergents, maar dit kan en mag nooit ten koste gaan van de veiligheid en gezondheid van de gebruiker, consument of beroepsgebruiker. Door de strikte regelgeving is het voor de sector niet evident om in te zetten op vermijden en hergebruik van verpakkingen.

Belangrijke aandachtspunten bij het herafvullen van cosmetica en detergenten zijn dan ook als volgt:

- Voldoen aan veiligheid- en hygiëne eisen bij het afvullen van de navulverpakking (lekken, spatten, morsen, enz.)
- Kiemvrij houden van de afvul installatie en af te vullen product
- Optimale reinheid van de teruggebrachte opnieuw af te vullen lege verpakking
- Voorkomen dat het verkeerde product wordt afgevuld
- Vermijden dat een niet geschikte afvul verpakking wordt gebruikt
- Printen van een up-to-date specifieke product etiket met alles verplichte wettelijke informatie, gebruiksaanwijzing en artikel gerelateerde info
- Toezicht (hulp) bij de afvulling (cosmetica)

De hoeveelheid gebruikte verpakkingsmaterialen en de combinatie van meerdere materialen per verpakking kan echter door de in de GDAV ingediende projecten drastisch omlaag en toch in alle veiligheid behaald worden. Gebruik makende van bijvoorbeeld zeer lichte, recycleerbare en herbruikbare navulverpakkingen, waarmee de stevige originele verpakking, dikwijls uitgerust met een doseer- of sproeikop, meerdere keren kan gevuld en hergebruikt worden, maar waarbij een beperkt aantal toegelaten hervullingen, niet spoelen van de lege verpakking moeten gerespecteerd worden of enkel wanneer het herafvullen gegarandeerd kan worden in het bijzijn van een apotheker voor cosmetische producten.

BIJLAGE 5

(PERS)ARTIKELS

**GREEN
DEAL**

012.
ANDERS
VERPAKT

BIJLAGE 5 – (PERS)ARTIKELS

Onderstaande artikels werden opgepikt door verschillende media:

- [80 bedrijven gaan samen voor 15.000 ton minder wegwerpverpakkingen | VRT NWS: nieuws](#)
- Anders en groener verpakken: ministers Demir en Crevits geven goede voorbeeld in Hasselt (Hasselt) | Het [Nieuwsblad](#)
- Distribution: [la Flandre veut réduire de 15.000 tonnes la quantité d'emballages jetables | Le Soir](#)
- La Flandre veut réduire de 15.000 tonnes la quantité d'emballages jetables dans la grande distribution | RTBF, [La Libre](#)
- La [Flandre veut réduire de 15.000 tonnes la quantité d'emballages jetables | La Libre](#)
- 600.000 euro steun in strijd tegen eenmalige verpakkingen | [Gondola](#)
- 600.000 euro voor 6 projecten die hoeveelheid eenmalige verpakkingen verminderen – [Ecotips](#)
- Mustela: [En route vers le zéro déchet | l'Eventail](#)
- Textet Workwear, textielbedrijf plant bomen | [Belg.be Media](#)
- Aarschots textielbedrijf plant een boom voor elke 100 uitgespaarde polybags verpakkingen: "ons doel is om het eerste jaar minstens 20.000 zakjes te kunnen besparen" | [HLN](#)
- [Systèmes en circuit fermé innovants avec emballages réutilisables | le Vif](#)
- Green Deal Anders Verpakt [van start | Knack.be](#)
- Flemish initiative aims to reduce disposable packaging by 15,000 tonnes | [The Brussels Times](#)
- Aldi wird nachhaltiger: Innovation an der Brot-Theke | [HNA](#)
- Neu an der Aldi-Brottheke: Das macht der Discounter jetzt anders | [Chip](#)
- Herbruikbare bekertjes OH Leuven worden gewassen bij AMAB in Asse | [Persinfo](#)
- Sociale wasstraat voor herbruikbare bekertjes OH Leuven | [Pers Vlaams-Brabant](#)
- Maatwerkbedrijf AMAB wast herbruikbare bekertjes voor OH Leuven | [dVO](#)
- Bedrijf ontwikkelt herbruikbare pizzadozen: "De belangstelling is enorm" | [Nieuwsblad](#)
- Deliveroo en BAVET introduceren samen met Borro herbruikbare verpakkingen in Leuven | [Made In](#)
- Bpost test herbruikbare verpakkingen: "Verpakkingen kunnen tot 100 keer hergebruikt worden" | [HLN](#)
- [Delhaize zet in op navulstations en bulk in strijd tegen plastic - RetailDetail BE](#)
- [Cornet-bier in herbruikbare minikratjes met statiegeld bij Carrefour | Het Nieuwsblad](#)
- [Cornet-bier in herbruikbare minikratjes met statiegeld bij Carrefour | GVA](#)
- [Cornet-bier in herbruikbare minikratjes met](#)

[statiegeld bij Carrefour | HBVL](#)

- [Returnable mini beer crate for beer launched by Carrefour, Cornet and DW Reusables | Article | Packaging Europe](#)
- [Returnable Shelf-Ready Mini Crate For Beer - Reusable Packaging News](#)
- Cornet en Carrefour testen herbruikbare, circulaire six-pack - [Verpakking management](#)
- [Carrefour Belgium, Cornet, and DW Reusables Introduce Game-Changing Returnable Mini-Crate for Beer - Canadian PackagingCanadian Packaging](#)
- Leuven en Gent starten proefproject met herbruikbare takeawayverpakkingen | [VRT](#)
- [Studentensteden zetten in op herbruikbare verpakkingen voor meeneemgerechten \(Leuven\) | Het Nieuwsblad](#)
- Reusable takeaway packaging: Leuven and Ghent put the initiative to the test | [The Brussels Times](#)
- [Regionieuws uit Oost-Vlaanderen | AVS](#)
- [Leuven wil eind 2023 herbruikbare verpakking voor afhaal- en bezorgmaaltijden | ROBTv](#)
- [Leuvense horeca maakt werk van herbruikbare verpakkingen | Leuven | hln.be](#)
- [Ga ecologisch om met het afval in het stembureau | Brulocalis](#)
- [HET PRODUCT. Herbruikbare pizzadozen van Boemerang: "Transitie naar circulaire economie aanbieden op een zilveren schotel" - Made in](#)
- [Foodbag lanceert herbruikbare maaltijdbox - Emerce](#)

- [Foodbag komt met herbruikbare box | Gondola](#)
- [Overpoort voert herbruikbare bekertjes in, maar zonder waarborg: "Wij zijn geen festival" \(Gent\) | Het Nieuwsblad](#)
- [Binnenkort herbruikbare bekertjes in de Overpoort? "Het is hier geen festival" | Gent | hln.be](#)
- [Leuven lanceert project met herbruikbare verpakkingen voor takeaway - Made in](#)
- Belgian retailers forego single-use plastics with reusable mushroom packaging | [Packaging Europe](#)
- Belgische foodretailers bundelen krachten voor herbruikbare verpakkingen | [Gondola](#)
- Weg met het blauwe champignonbakje: Supermarkten werken aan 'groen' alternatief | [De Tijd](#)
- [Mechelse supermarkten bieden champignons in herbruikbare verpakking aan | RTV](#)
- [Supermarkten werken aan herbruikbaar champignonbakje - RetailDetail BE](#)
- Colruyt, Carrefour, Aldi, Delhaize... un nouveau projet pilote bientôt lancé dans nos rayons | [Le Soir](#)

Ook vanuit de ondertekenaars van de GDAV werden persartikels uitgestuurd die door verschillende media werden opgepikt:

- Circulaire economie avant la lettre (DW Reusables, bijlage in De Morgen, juni 2021)
- Leuven maakt samen met horeca werk van herbruikbare [takeawayverpakkingen](#) (13/04/2023)

DETIC publiceerde twee artikels op de website en plaatste deze ook in hun externe newsletter:

- [DETIC ondertekent de Green Deal Anders Verpakt](#) (17/03/2022)
- [Financiële steun voor projecten Green Deal Anders Verpakt](#) (30/06/2022)
- Een Green Deal als uitdaging voor verpakkingen. [Detic neemt de handschoen op!](#)
- [SPICE publiceert richtlijnen voor hergebruik van cosmeticaverpakkingen - www.detic.be](#)

DETIC heeft eveneens een banner op de website geplaatst: [website](#).

Op de [website van Departement Omgeving](#) verschenen verschillende artikels rond de (deelnemers van de) Green Deal Anders Verpakt:

- [Meer info](#) over de Green Deal
- [5 deelnemers over wat de Green Deals hen hebben bijgebracht](#)
- Dagboek van een Green Deal-[deelnemer](#)

In OVAM.link verschenen reeds twee artikels rond de GDAV:

- April 2023: <https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/55286>
- Juli 2021: <https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/45235>

Verder werd de GDAV regelmatig vermeld in of werden projecten opgenomen in het magazine [Herkans](#).

Fevia publiceerde enkele artikels, zowel over de GDAV als totaalinitiatief, als over specifieke projecten:

- Maart 2022: Wat brengt de toekomst voor verpakkingen? | [Fevia](#)
- Maart 2022: Ondertekening Green Deal Anders Verpakt met ministers Crevits en Demir | [Fevia](#)
- Juli 2022: Financiële steun voor projecten Green Deal Anders Verpakt | [Fevia](#)
- April 2023: FAVV licht toe hoe je moet omgaan met herbruikbare verpakkingen | [Fevia](#)
- November 2023: Uitgepakt : voldoet refill aan onze verwachtingen? | [Fevia](#)
- Januari 2024: Meer dan 90 bedrijven experimenteren met nieuwe ideeën om eenmalige verpakkingen te vermijden | [Fevia](#)
- Juni 2025: Slotevent Green Deal Anders Verpakt | [Fevia](#)

Comeos publiceerde enkele artikels

- Januari 2022: De ondertekening van de Green Deal Anders Verpakt: live op 4 februari 2022 | [Comeos](#)
- Februari 2022: Kijk live naar de ondertekening van 'Green Deal Anders Verpakt' op 11/03 | [Comeos](#)
- Maart 2022: Green Deal Anders Verpakt: ontdek hier welke 80 bedrijven meedoen! | [Comeos](#)
- April 2022: Een handleiding rond verkoop van

cosmetische producten in bulk of refill? Doe mee! | [Comeos](#)

- Mei 2022: Kom netwerken met de deelnemers van de Green Deal Anders Verpakt! | [Comeos](#)
- Juni 2022: Netwerkevent bij Comeos over de 'Green Deal Anders Verpakt': een groot succes! | [Comeos](#)
- Januari 2023: 3 leden geselecteerd voor de financiering van de Green Deal Anders Verpakt | [Comeos](#)
- Maart 2023: Kom naar het netwerkevent van de Green Deal Anders Verpakt | [Comeos](#)
- Januari 2024: Laatste jaar Green Deal Anders Verpakt : eerste conclusies | [Comeos](#)
- Oktober 2024: Uitnodiging voor Horeca Expo op 18 november: 'Verpakt voor de toekomst' | [Comeos](#)
- Mei 2025: Kom naar het slotevent van de Green Deal Anders Verpakt | [Comeos](#)

BIJLAGE 6

NIEUWE PROJECTEN

**GREEN
DEAL**

012.
ANDERS
VERPAKT

BIJLAGE 6 – NIEUWE PROJECTEN

- **RePaCo**, de Reusable Packaging Coalition, ontstond tijdens een netwerkmoment van de GDAV. Al snel werden de juiste partners samengebracht. Het doel van dit project is om samen met verschillende retailers eenzelfde herbruikbare verpakking te testen. Dankzij de harmonisatie tussen de verschillende retailers kunnen waardevolle inzichten worden verkregen over de klantenacceptatie. Eén van de belangrijkste doelstellingen van het project is het meten van de gezamenlijke consumentenreactie op herbruikbare verpakkingen en de manier waarop ze in de markt worden gebracht. Dit soort samenwerkingen helpt bij het identificeren van gemeenschappelijke problemen en het ontwikkelen van oplossingen die zowel praktisch als economisch haalbaar zijn.
- Pack4Food heeft een I3-project opgestart “**Value4Pack**” waarin de projecten Boemerang en Retourpack hebben geïntegreerd.
- **rePACE** (reusable Packaging and Consumer Engagement) is een VLAIO Living Lab waarin de projectpartners Thomas More, futuREproof, Red-use, Veolia, Stad Mechelen en UGent onderzoeken hoe herbruikbare verpakkingssystemen voor afhaalmaaltijden opgeschaald kunnen worden, specifiek voor de cases van stad Mechelen en Gent. Het project loopt van 1 maart 2024 tot en met 28 februari 2026.
- Binnen de gerichte VLAIO-call in het kader van circulaire economie (circulaire maakindustrie: levensduurverlenging) heeft het Universitair Centrum Leuven Limburg (UCLL) als coördinator, en met onder meer het VBT en BelOrta als partners, gedurende 2022-2024 een onderzoeksproject uitgewerkt onder de naam **Levensduurverlenging fruitkisten - Unending**. Het project had als doel om te komen tot een verbeterd design, een low-tech demontagesetup en een geoptimaliseerd inzamelingsmodel om de levensduur van deze kisten, hun onderdelen en hun materialen (hout) te verlengen. Met de verkregen inzichten werd vervolgens de techno-economische haalbaarheid van verschillende scenario's van hergebruik, herstel en recyclage van de houten kisten en hun onderdelen geëvalueerd. Deze zouden de basis moeten vormen voor de uitrol van een duurzaam circulair businessmodel op lange termijn en om deze op een grotere schaal te verankeren binnen de hele keten van producenten, afnemers en gebruikers van houten kisten. De economische haalbaarheid is momenteel echter nog onvoldoende

- **HERPAK** is een collectief onderzoeks-, ontwikkelings- en kennisverspreidingsproject (type COOCK+) geleid door Pack4Food i.s.m. Flanders' FOOD en de Universiteit van Gent. Het project richt zich op drie kernonderzoeksthema's:
 - Microbiële Veiligheid: evaluatie van de risico's op biofilm- en schimmelvorming op herbruikbare verpakkingen en optimalisatie van industriële wasprocessen. Het project zal ook ATP-tests valideren als betrouwbare methode voor reinigingscontrole en mogelijke verstoringen door reinigingsmiddelresiduen en voedseltypes beoordelen.
 - Chemische Veiligheid: onderzoek naar verontreinigingsrisico's als gevolg van achtergebleven reinigingsmiddelen, verkeerd gebruik door consumenten en geurtransfer in kunststofverpakkingen, die de voedselveiligheid en -kwaliteit kunnen beïnvloeden.
 - Fysieke Integriteit: analyse van de krasbestendigheid van verpakkingsmaterialen en de invloed ervan op microbiële groei om duurzaamheid te garanderen zonder de veiligheid in gevaar te brengen.
- Transportverpakkingen zoals pallets, big bags en folies spelen een cruciale rol in de logistieke keten. Ze beschermen goederen en zorgen voor efficiënte transportprocessen, maar genereren ook aanzienlijke afvalstromen. Met het collectief onderzoeks-, ontwikkelings- en kennisverspreidingsproject (type COOCK+) **STRAP** ondersteunt VIL bedrijven in de logistieke sector bij het ontwikkelen en implementeren van herbruikbare alternatieven voor eenmalige verpakkingen, zonder in te boeten op functionaliteit of betaalbaarheid. Dit in lijn met de Europese verpakkingsrichtlijn, de Packaging & Packaging Waste Regulation (PPWR).



Medegefinancierd door
de Europese Unie

cmartlife ©