

*Modint, INretail, VGT*

## **‘We moeten onze leden duidelijk maken dat duurzaam verpakken loont’**

**Consultant Nikki Bosboom coördineerde voor Modint, INretail en VGT de totstandkoming van het Brancheplan Duurzaam Verpakken 2019-2022. Ze legt uit waarom de mode-, textiel- en sportbranche in de eerste rondes ontbraken en nu wél van de partij zijn. “Destijds was de timing voor een brancheplan ongelukkig. Inmiddels zijn we klaar om óók op het gebied van duurzaam verpakken verdere stappen te zetten.”**

“Toen de eerste ronde brancheverduurzamingsplannen aan de orde was, ging al onze aandacht naar het Convenant Duurzame Kleding en Textiel (CKT) dat toen in ontwikkeling was”, verklaart Bosboom. “Het convenant gaat over thema’s zoals kinderarbeid en gedwongen arbeid, maar ook over grondstoffen, water, energie en chemicaliën. Ook speelde dat jaar de afschaffing van de gratis plastic tas. Dat was voor de non-food retail een grote verandering, maar betekende ook een grote vermindering van plastic afval.”

“Het opstellen van een branche-verduurzamingsplan verpakkingen kwam niet op het goede moment. Nu het convenant goed loopt en de afschaffing van de gratis plastic tas positieve resultaten laat zien, kunnen we wel nieuwe stappen gaan zetten. Duurzaam verpakken is een logisch vervolg. Modint, INretail en VGT werken al lang samen, vooral op het gebied van maatschappelijk ondernemen. We hebben elkaar nodig om een volledig beeld op de sector en de keten te hebben. Als dat beeld compleet is, weet je tenminste ook waar winst is te behalen.”

### **Complexe keten**

Het is een lange en complexe keten, vertelt Bosboom. Het overgrote deel van de textiel-, kleding- en sportartikelen dat op de Nederlandse markt wordt verkocht, wordt in het buitenland en met name in Azië geproduceerd. Het grootste deel van de verpakkingen wordt geïmporteerd. Een kenmerk van de mondiaal opererende sector is dat vrijwel geen enkel bedrijf volledige regie over de hele keten heeft. Bosboom: “Voor zover bedrijven sturing hebben, hebben zij dat slechts op een deel van de keten.”

Verpakkingen komen in eerste instantie terecht bij de distributiecentra van winkelketens, merken en handelaren. “Voor de meeste bedrijven geldt dat zij de logistiek en daarmee de inzet van verpakkingsmiddelen ‘ondergaan’ en niet zelf organiseren. Voor wat betreft de verduurzaming van verpakkingen is de uitdaging van onze sector om eraan bij te dragen dat de markt het



*Nikki Bosboom*

onderwerp gaat oppakken. We moeten ondernemers enthousiasmeren en duidelijk maken dat duurzaam verpakken loont, omdat lagere logistieke kosten mogelijk zijn en omdat met lichter en minder verpakkingsmateriaal financieel en milieutechnisch wordt bespaard.”

### **‘Landschap van verpakkingen’**

In het brancheplan staat een beschrijving van het ‘landschap van verpakkingen’. Er wordt onderscheid gemaakt tussen transport- en consumentenverpakkingen. De verschillende product-verpakkingscombinaties worden beschreven, met daarbij de mogelijke verbeteringen die uit het oogpunt van duurzaam verpakken kunnen worden behaald. Zowel generieke ambities als specifieke doelstellingen worden benoemd om de milieudruk van verpakkingen in de sector zoveel mogelijk te verlagen. Bosboom: “Ons streven is om in uiterlijk in 2030 alle verpakkingen volledig circulair te maken. De focus ligt op secundaire verpakkingen, maar er komen ook trajecten voor primaire verpakkingen.”

Net zoals verschillende andere branches, heeft de mode-, textiel- en sportbranche te maken met groeiende online verkoop. Bosboom noemt een voorbeeld van wat dat in de praktijk betekent. “Voorheen verpakten producenten kledingstukken individueel in plastic en die werden in kartonnen dozen gedistribueerd. Om op plastic te besparen, goed voor het milieu, werd besloten om de kledingstukken per vijf stuks te verpakken. Maar het online winkelen vraagt tegenwoordig juist weer om individuele verpakkingen. Het verschilt vaak per bedrijf en per situatie hoe je daar slim op inspeelt.”

### **Innovaties**

“Vooraf de grote winkelketens zijn al volop met het onderwerp bezig en hebben concrete doelen en plannen. De kleinere ondernemers hebben ondersteuning nodig”, zegt Bosboom. “Wij bekijken wat verder duurzaam, praktisch en haalbaar is voor onze leden. Vanaf deze zomer organiseren we kennissessies om daar invulling aan te geven. In het kader van de nulmeting onderzoeken we ook hoe we drie mogelijke innovaties kunnen uitwerken, die een substantieel verschil in de keten kunnen uitmaken.” Dit zijn: een pilot om hangtags aan producten te verminderen, het verminderen van de hoeveelheid transportverpakkingen (voornamelijk karton en folies) en onderzoek naar alternatieve materiaalsoorten.

Klik [hier](#) voor het brancheplan van de mode-, textiel- en sportsector.