



Wat wil de consument?

#minderverpakkingen

en meer recyclen



Anita Scholte op Reimer
Future Proof Plastics
19 november 2018

Plastic – een prachtige uitvinding

Plastic doet precies wat we willen

Plastic is overal

Plastic is toverspul met eindeloze mogelijkheden. Wat we ook willen: we maken het - dun, dik, licht, hard, zacht, hittebestendig, transparant, knalroze, glanzend, broos, isolerend.

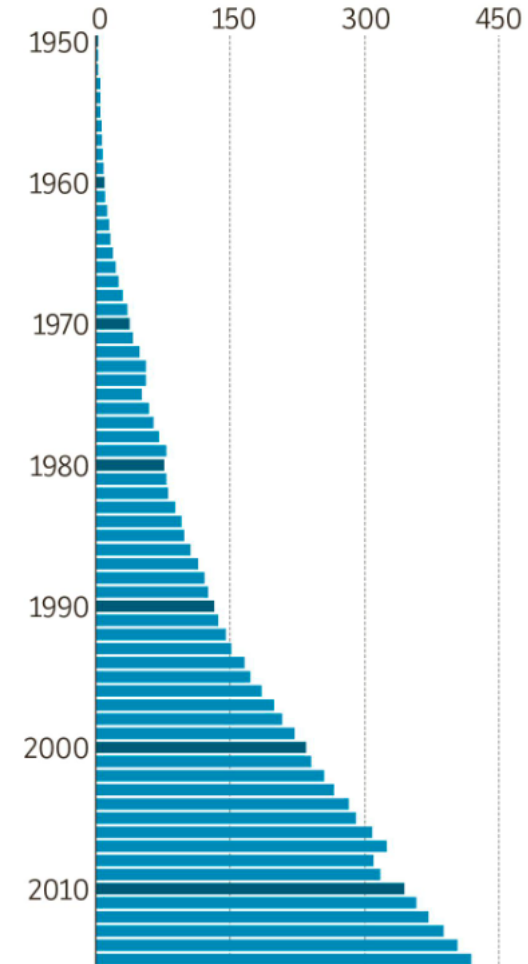
Carola Houtekamer 18 juni 2018



SOLUTIONS

Plastic is een wondermateriaal en heeft ons veel voorspoed gebracht. Tegenwoordig worden wij echter ook geconfronteerd met de nadelige en soms zelfs catastrofale gevolgen van dit materiaal. Dit dossier gaat in op mogelijke oplossingen die er wereldwijd worden ontwikkeld om de snelle aanwas van de plastic soup af te remmen.

Hoeveelheid plastic geproduceerd per jaar, in miljoenen tonnen



De Ahold Delhaize Promises



We build on our strengths to deliver on our promises
to our customers, associates and communities – every day

370,000
associates



50 million +
customers
every week



6,500 +
stores



top 10
International
food retailer



Hoe de Sustainable Retailing strategie aansluit op de Sustainable Development Goals (SDGs)

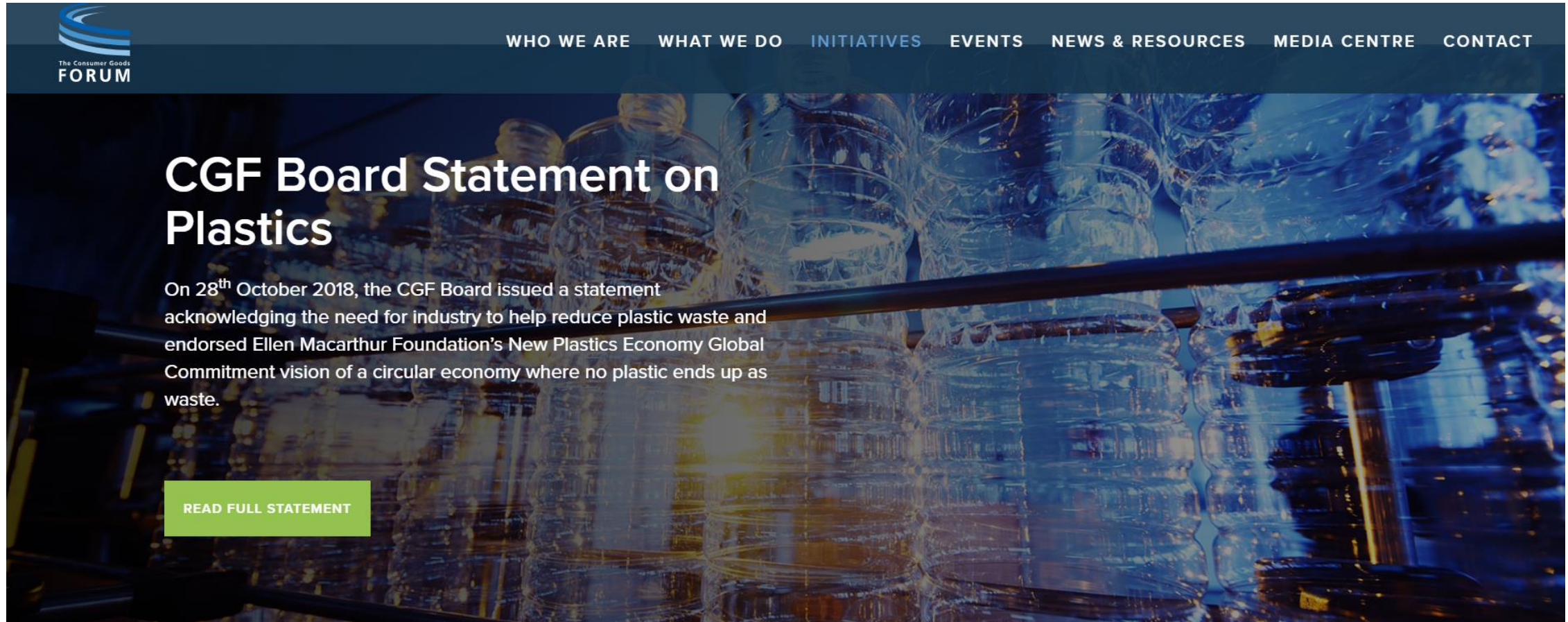


Ahold Delhaize: New Plastics Economy Global Commitment

100+ leading businesses and governments around the world are setting ambitious targets to drive the systemic change needed to create a circular economy for plastics (where plastics never become waste)



Look het Consumer Goods Forum is committed

The image is a screenshot of the Consumer Goods Forum (CGF) website. At the top, there is a dark blue navigation bar with the CGF logo on the left and a menu of links: WHO WE ARE, WHAT WE DO, INITIATIVES, EVENTS, NEWS & RESOURCES, MEDIA CENTRE, and CONTACT. The main content area features a large background image of stacked clear plastic bottles. Overlaid on this image is the title 'CGF Board Statement on Plastics' in large white text. Below the title, a paragraph in white text states: 'On 28th October 2018, the CGF Board issued a statement acknowledging the need for industry to help reduce plastic waste and endorsed Ellen Macarthur Foundation's New Plastics Economy Global Commitment vision of a circular economy where no plastic ends up as waste.' At the bottom left of this section, there is a green rectangular button with the text 'READ FULL STATEMENT' in white capital letters.

CGF Board Statement on Plastics

On 28th October 2018, the CGF Board issued a statement acknowledging the need for industry to help reduce plastic waste and endorsed Ellen Macarthur Foundation's New Plastics Economy Global Commitment vision of a circular economy where no plastic ends up as waste.

[READ FULL STATEMENT](#)

The Roadmap to Success

<https://www.theconsumergoodsforum.com/initiatives/environmental-sustainability/key-projects/plastic-waste/>

Verpakkingsrichtlijnen

Alleen resultaat telt!



Mei 1998

Verpakkingsrichtlijnen is een uitgave
van Albert Heijn BV



Verpakkings richtlijn 1998

VERPAKKINGSRICHTLIJNEN ALGEMEEN

Albert Heijn verwacht van haar leveranciers de volgende maatregelen op het gebied van preventie en recycling;

Preventie

Volume en hoeveelheid materiaal van een verpakking beperken tot minimale hoeveelheid die nodig is.

Beperken milieubelasting bij productie en gebruik van verpakkingen.

Recycling

Bij ontwerp en productie rekening houden met recycling.

Waar mogelijk secundair materiaal gebruiken.

Bedrijfsafval per materiaalsoort gescheiden aanbieden.

Eventueel projecten ondersteunen t.b.v. inzameling en scheiden verpakkingen.

Wij verwachten van onze leveranciers dat zij bij verpakkingsontwikkelingen rekening houden met het totale verpakkingstraject van productie, transport, handling, presentatie in winkel, gebruiksgemak consument tot en met de afval fase. Het doel van deze aanpak is de bestaande processen stap voor stap te optimaliseren met behoud van kwaliteit. Dit moet leiden tot verbeteringen van het milieu, handling in winkels en tevens verlaging van de totale ketenkosten.

De herverwerking van verpakkingsmateriaal bevordert Albert Heijn door zoveel mogelijk gebruik te maken van herverwerkte materialen. Verpakkingsmateriaal moet zo min mogelijk onderdelen en bestanddelen bevatten die recycling verstoren of bemoeilijken. Tevens dienen verpakkingen vervaardigd te worden uit materialen en hulpstoffen die het milieu zo weinig mogelijk belasten.



Bij alle soorten
wasmiddelen is 30%
materiaalreductie
gerealiseerd.



Albert Heijn en verpakkingen – we willen voortrekker zijn

Supermarkten willen minder verpakking; plasticje om de komkommer mag er wel af

Supermarkten overstelpen ons met verpakkingsmateriaal. Ga maar na: komkommers zitten in folie. Muesli in plastic zakjes en in het karton. En koekjes worden elk afzonderlijk verpakt. De supers willen wel minderen, maar alles op zijn tijd.

Greenpeace-actie tegen plastic verpakkingen

11 aug. 2018 in NIEUWS



AMSTERDAM - Om aandacht te vragen voor het vele plastic waarin voedsel wordt verpakt, begint Greenpeace de zogeheten Mispaksel-verkiezing. De organisatie verzamelt vanaf zaterdag foto's, filmpjes of vlogs over onnodige verpakkingen waar mensen zich aan ergeren.

Marit van Egmond



Marit van Egmond is directeur merchandising & sourcing bij Albert Heijn

Een dekselse klus

Vaak praat ik over de smaak en kwaliteit van onze producten. Dat staat bij ons in Zaandam centraal. Heel vaak zijn deze producten echter ook verpakt en bij die verpakking staan we steeds vaker stil. Veel producten moeten beschermd zijn tegen bijvoorbeeld zuurstof en licht, maar ook transport. Minstens zo belangrijk is dat klanten verpakkingen eenvoudig kunnen openen en sluiten, niet ieder product gaat immers in één keer op. Het is echt een vak apart.

Dat het jasje niet altijd even makkelijk open gaat, zie je ook in de recente aflevering van 'Robin zoekt 't uit' op Appie Today, waarin klant Milan probeert buitenlandse kaasjes uit de verpakking te halen. Ook een frustratie bij ons thuis. Je ziet er ook hoe we de verpakking veel gebruiksvriendelijker hebben gemaakt. Maar dit is klein leed oplossen vergeleken met een grote uitdaging die de hele levensmiddelensector aangaat. Waar blijft de verpakking ná consumptie en wat is nou echt de impact op het milieu? Thuis staat inmiddels een regenboog aan containers en zakken. Van plastic tot glas en van gft tot chemisch. Maar wat gebeurt er mee als het voor mijn deur is weggehaald?

Ook bij Albert Heijn word ik regelmatig gepolst naar ons (zwerf)afvalbeleid. Het innemen van statiegeldlessen is al jarenlang gemeengoede, de kleine plastic tasjes bij de kassa behoren tot het verleden, stoepen en parkeerplaatsen ruimen we tot de laatste snipper op en we dragen bij aan Nederland Schoon.

Maar zwerfafval en plastic soup is een wijder verspreid probleem dan de stoep bij onze winkels. Dat gaat iedereen op deze planeet aan en dat vraagt daarom om een brede aanpak. Ook omdat de wereldbevolking groeit en we meer verpakkingen gebruiken dan ooit. Natuurlijk wordt er volop gepraat, worden er stappen gezet en staan we altijd open voor goede ideeën. Iedere stap telt. Maar het gaat verder dan de supermarkt. Sportkantines, horeca, overheden en ook consumenten zelf. Iedereen zal iets moeten doen om de afvalberg te laten slinken. Vanwege duurzaamheid uiteraard, maar ook vanwege de hoge kosten van de verwerking.

Voor mij is het een sport om hier slim mee om te gaan. Want het mes kan aan twee kanten snijden. Dat ik van en-en houd is geen geheim. Minder verpakking én gebruiksvriendelijk(er) kunnen hand in hand gaan, zo blijkt uit de

'compressed' deo's en zakken cereals met minder lucht, het laseren van groente, het los aanbieden van fruit, het gebruik van stickers in plaats van kartonnen sleeves bij kant-en-klare maaltijden. Katoenen tasjes promoten we volop, maar ook de grote blauwe plastic tassen krijgen vaak een tweede leven. Bij word ik van afwasmiddel Ecover, waarvan de fles is gemaakt van gerecycled Amsterdams 'grachttenplastic'. En die trein rijdt gelukkig door. Zo testen we biobased plastic, waarmee we wellicht afbreekbare schaaljes voor vlees en vis kunnen gaan maken. Dat zou echt een fantastische stap voorwaarts zijn.

We gaan in de toekomst nog heel mooie oplossingen zien, daarvan ben ik overtuigd. Maar één ding is zeker: verpakken moet minder en anders en ook snel. Ik heb mijzelf tot doel gesteld om volgend jaar 5 procent te besparen. Nee, niet alleen bij mij thuis, maar juist ook in Zaandam. Dat lijkt misschien een druppel op een gloeiende plaat, maar is gezien alle verpakkingseisen en het grote aantal echt een enorme stap. Een stap die we met zijn allen moeten zetten, zodat het meer en meer over de smaak en kwaliteit van de producten zelf gaat!



AH-MELK IN VERPAKKING VAN SUIKERRIET

WOENSDAG 12 SEPTEMBER 2018

Albert Heijn introduceert in het koelschap een melk can gemaakt van biobased PE op basis van suikerriet. Private label producent Farm Dairy heeft de twee liter can ontwikkeld, in samenwerking met Braskem, Bericap en CCL. Het biobased gehalte van de gehele verpakking, dus inclusief biobased dop en biobased sleeve, komt door toevoeging van een aantal onmisbare additieven op circa 98% hernieuwbaar materiaal, meldt de producent.

Samen naar minder verpakkingen en meer recycling
(10 september 2018)

Minder verpakkingen en meer recycling. Daar draait de campagne van Albert Heijn die vandaag start om. Gesterkt door partners als Milieu Centraal informeert de supermarkt klanten over de stappen die gezet worden om minder verpakkingsmateriaal te gebruiken, het nut van verpakkingen en over het scheiden van afval. Albert Heijn gaat nog meer verduurzamen, onder andere door minder en beter recyclebare verpakkingen te gebruiken. Lees het persbericht op ah.nl



Foto: Albert Heijn.

10-09-2018 12:10 | door Lisa van der Linden

AH: meer recycling en minder verpakkingen

ZAANDAM - Albert Heijn is in samenwerking met Milieu Centraal een campagne gestart om minder en beter recyclebare verpakkingen te gebruiken.

AH: minder verpakkingen, meer recycling

Formules 3019 1

ZAANDAM – Albert Heijn start vandaag een campagne voor minder verpakkingen en meer recycling.



Albert Heijn gaat verder verduurzamen door onder andere minder en beter recyclebare verpakkingen te gebruiken. Dat schrijft de supermarktketen in een persbericht. AH zal klanten via tv, Appie Today en op ah.nl informeren over de stappen die gezet worden om minder verpakkingsmateriaal te gebruiken. Ook informeert de keten over het nut van verpakkingen en over het scheiden van

afval.

Per product kijken naar beste oplossing

Marit van Egmond, commercieel directeur bij Albert Heijn: 'We hebben al heel wat stappen gezet. Dit jaar besparen we al vier miljoen kilo aan verpakkingsmateriaal en we gaan nog veel meer doen. Daarbij kijken we bij elk product zorgvuldig wat de beste oplossing is. Verpakkingen hebben in veel gevallen een functie. Ze zijn belangrijk voor de houdbaarheid en kwaliteit van producten en voorkomen voedselverspilling.'

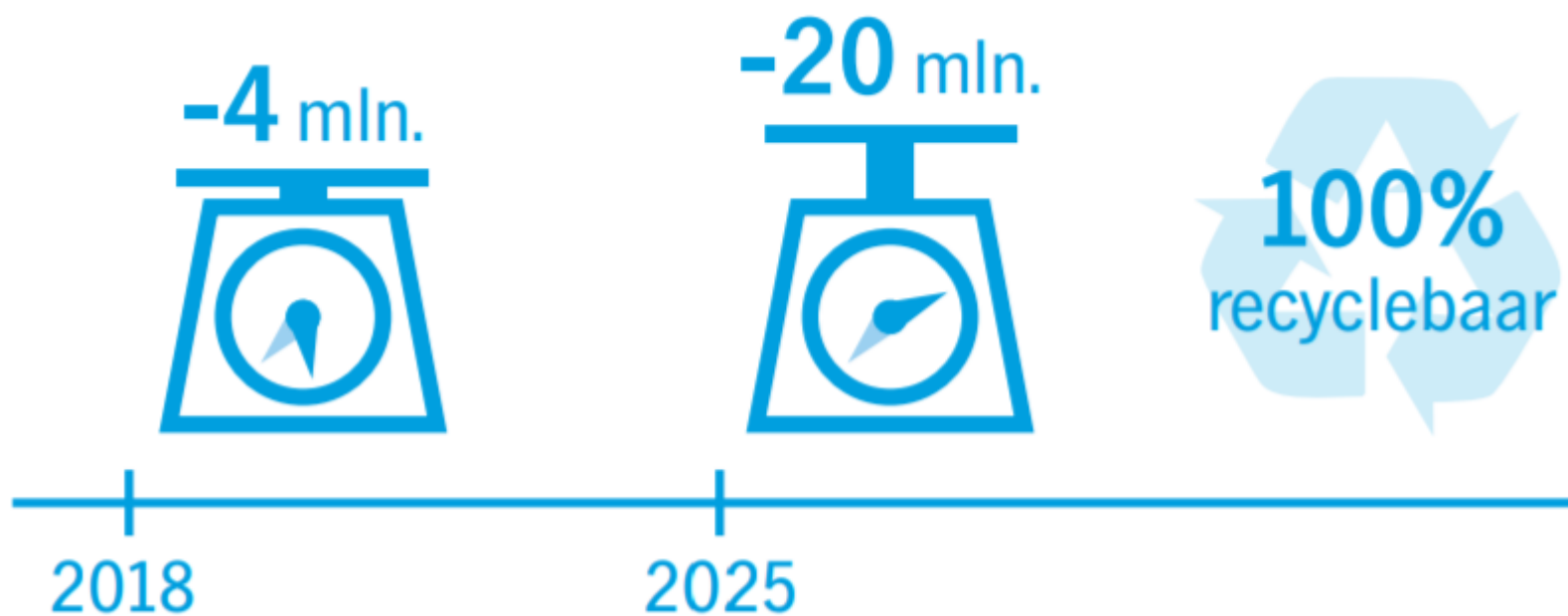
25% minder verpakkingen in 2025

Met de campagne wil AH in 2025 25 procent minder verpakkingen gebruiken. Dat staat gelijk aan zo'n 20 miljoen kilo aan materiaal, aldus AH. Bovendien moeten alle verpakkingen van het eigen merk dan 100 procent recyclebaar zijn. De ambities moeten gehaald worden door onder andere herbruikbare zakjes voor groente, fruit en brood en folie in plaats van plastic deksels op bakjes fruit. Ook stopt de keten met het gebruik van zwarte schaaltes voor eigen merk vleeswaren en zal water in dunner flesjes zitten.

Plastic verder uit supermarkt verbannen; ook kleine zakjes weg

Een aantal supermarkten maakt gehakt van het gebruik van plastic in de schappen. Albert Heijn komt deze zomer in een tiental winkels met alternatieven voor de plastic tasjes voor groenten en fruit. Ook Lidl Nederland introduceert in juni een duurzaam alternatief.

Our Ambition



Packaging, do we really need it?



Bekijk de volledige video op: <https://www.ah.nl/over-ah/meer-doen>





▼ **300.000 kilo**
plastic per jaar



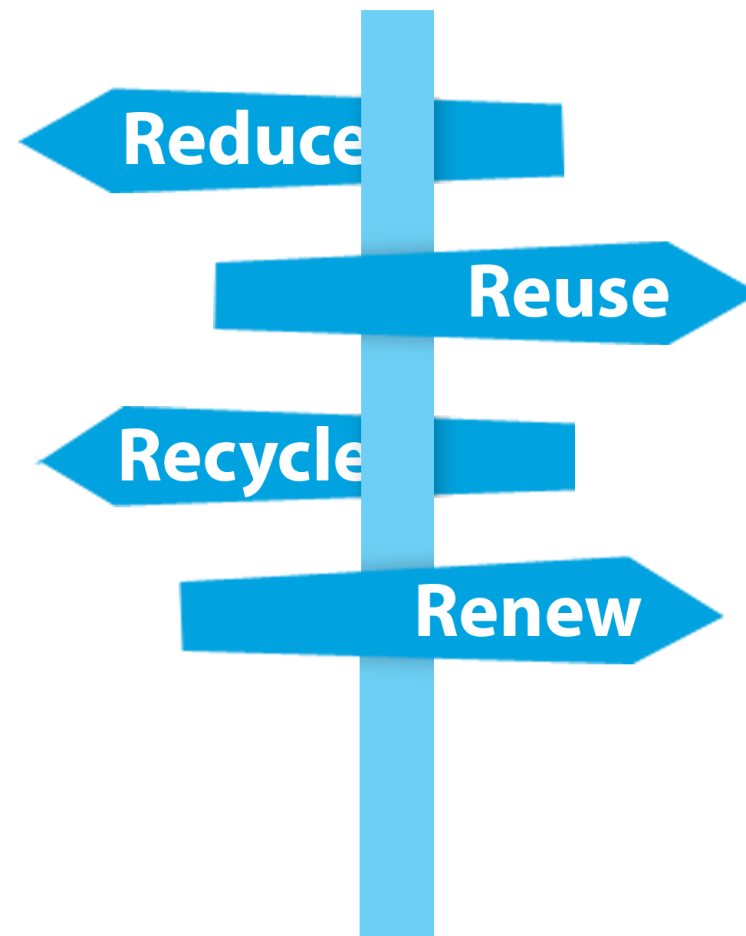
Reusable bags
Voor ons vers brood



50% recycled
plastic



Renewable
Gemaakt van suikerriet



In cooperation with



Kennisinstituut
Duurzaam Verpakken



milieu
centraal



Voor al onze eigen
merk producten



What are the challenges?

- Innovatie en technologie
- Dilemma reductie vs gebruik van gerecycled materiaal
- Bewustwording en opschaling
- Beschikbaarheid van gerecycled materiaal
- Perceptie van de consument
- Geen uniform inzamelings systeem



De kennis bij de consument



Bekijk de volledige video op: <https://www.youtube.com/watch?v=rjdB8kFO30M>



Dilemma's waar we hulp bij nodig hebben



Mijn persoonlijke missie





Vragen?





ah.nl/meerdoen