

Voor intern gebruik KIDV, gelieve niet extern te verspreiden.

Brancheplan Duurzaam Verpakken 2019-2022

COSMETICA

NEDERLANDSE COSMETICA VERENIGING



Inhoud

1. Algemene inleiding	2
2. Beschrijving van de branche(vereniging)	3
3. Blik op de toekomst: generieke ambities en doelen	9
4. Specifieke doelen voor 2022	10
5. Acties naar 2022	11
6. Monitoring	11

1. Algemene inleiding

Alle consumentenproducten creëren milieueffecten gedurende hun hele levenscyclus. De cosmeticabranche erkent dit en zet zich al geruime tijd in voor het verminderen van de milieueffecten van haar activiteiten en producten. Daartoe passen cosmeticabedrijven een breed scala van vrijwillige en zelfregulerende initiatieven toe.

De Verenigde Naties (VN) definieert duurzame ontwikkeling als “een ontwikkeling die voldoet aan de behoeften van het heden zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien in gevaar te brengen”. Dit concept is gebaseerd op 3 pijlers: economische ontwikkeling, milieubescherming en sociale verantwoordelijkheid (World Commission on Environment and Development, 1987).

In lijn met deze pijlers streeft de industrie naar het minimaliseren van de ecologische voetafdruk van haar producten; het genereren van economische voordeel middels hoogwaardige banen en groei; het verbeteren van de maatschappelijke waarde van haar producten en het ondersteunen van de gemeenschappen waarin haar producten worden gefabriceerd of gekocht.

De industrie erkent dat een gebalanceerde aanpak van de drie pijlers noodzakelijk is. Hiertoe past de industrie levenscyclus analyse toe (LCA), een internationaal gestandaardiseerde methode voor het kwantificeren van de milieueffecten geassocieerd met de gehele levenscyclus. Met behulp van LCA en andere ‘lifecycle thinking’ methoden kunnen milieueffecten geïdentificeerd en gemeten worden om prioriteit te geven aan aanpassingen aan producten, processen en verpakkingen, om cosmetica te ontwikkelen met verbeterde milieuprofielen (Cosmetics Europe, 2012).

De doelstellingen in dit brancheplan zijn met name gericht op verduurzamen van kunststof verpakkingsmaterialen. De hoeveelheid plastic afval dat in Europa gegenereerd wordt, neemt jaarlijks toe (Plastics Europe, 2017). Om de wijze waarop plastic wordt geproduceerd, toegepast en gerecycled te reorganiseren, heeft de Europese Commissie in januari 2018 de ‘Strategy for Plastics in a Circular Economy’ gepubliceerd met als uiteindelijke doel dat, alle kunststofverpakkingen die op de Europese markt worden gebracht in 2030 herbruikbaar of recyclebaar zijn (Europese Commissie, 2018).

Het brancheverduurzamingsplan biedt de industrie een kans om een actieve bijdrage te leveren aan de ‘Plastic Strategy’ en daarmee ook aan een circulaire economie. Met het nieuwe plan zal de industrie voortbouwen op de behaalde resultaten, maar ook de nieuw verkregen inzichten toepassen om een innovatieve, duurzame, competitieve en gerespecteerde cosmetica-industrie te ontwikkelen, die de consument het beste dient.

2. Beschrijving van de branche(vereniging)

De Nederlandse Cosmetics Vereniging (NCV) is de brancheorganisatie van fabrikanten en importeurs van producten voor de persoonlijke verzorging. Dit zijn producten zoals shampoo, tandpasta, deodorant, zonnecosmetica, make-up en parfum.

De leden zijn:

- Fabrikanten, distributeurs en importeurs van cosmetica op de Nederlandse markt (reguliere leden) en
- associatieve leden: groot- en detailhandel en inkoopcombinaties en toeleveranciers die actief zijn in de technische consultancy en dienstverlening, waaronder contactlaboratoria.

In dit rapport gaat het alleen om de 'reguliere leden' van de NCV.

De NCV behartigt de gezamenlijke belangen van haar leden. Dit gebeurt door beleidsontwikkeling, lobby en overleg met relevante partijen uit alle delen van de samenleving. Hierbij kunt u denken aan de (rijks) overheid, inspectiediensten, kennisinstituten, universiteiten, antigifcentra, medische specialisten, non-gouvernementele organisaties (NGO's), werkgevers- en werknemersorganisaties, consumentenorganisaties en branches in de keten. Daarnaast wordt de NCV ook op Europees niveau vertegenwoordigd door Cosmetics Europe, de Europese koepelorganisatie voor de cosmetica industrie.

Bij de belangenbehartiging worden nagestreefd:

- vrijheid van het op de markt brengen van producten en behoud van concurrentie;
- Eén Europese markt;
- veiligheid van producten;
- vertrouwen in de branche.

De NCV ondersteunt haar leden bij het voldoen aan en implementeren van Europese en nationale wetgeving en beleidsmatige maatregelen vanuit de overheid. Leden worden voorzien van voor hen relevante en actuele informatie via nieuwsbrieven, circulaires, websites, voorlichtingsbijeenkomsten, cursussen en seminars. Daarnaast kunnen leden advies op maat krijgen. Anderzijds voorzien de leden de vereniging van informatie over bepaalde onderwerpen. Verder fungeert de NCV als een platform voor uitwisseling van technische kennis, innovaties en duurzaamheidsinitiatieven.

Omzetontwikkelingen en productcategorieën

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) heeft in augustus 2018 de resultaten gepubliceerd van een onderzoek naar de Detailhandelsomzet van de Nederlandse cosmetica industrie. Uit de cijfers is gebleken dat de industrie een positieve ontwikkeling heeft doorgemaakt.

In de periode 2014-2016, werd per jaar ruim 3 miljard euro aan cosmetische producten verkocht. In 2016 was de omzet 3,3 miljard euro, dat is ruim 11% hoger dan in 2012 (zie figuur 1). Deze omzetstijging komt vooral door e-commerce (online-verkoop), die de afgelopen jaren enorm is gegroeid. In 2016 verkochten webwinkels ruim 4x meer cosmetica dan in 2012. Ook winkels in parfum en cosmetica, warenhuizen en de groothandel (overige detailhandel) laten een groei in omzet zien (zie figuur 2).

De productcategorieën die een groei in omzet en aantal verkochte verpakkingen hebben gerealiseerd zijn bad- en doucheproducten; deodorant; haarverzorging; huidverzorging en zonnecosmetica. Deze cijfers zijn afkomstig van de traditionele kanalen zoals de Nederlandse supermarkten, drogisterijen en parfumerieën. Er wordt nog ongeveer 15% aan cosmetica verkocht in andere kanalen (apotheken, webwinkels, warenhuizen) [(NCV, 2018 (zie tabel 1)].



Figuur 1. Jaarlijkse omzet van de Nederlandse cosmetica industrie (in miljarden euro's) in de periode 2012-2016 (CBS, 2018).

Tabel 1 Omzetontwikkeling in miljoenen euro's van de verschillende deelmarkten (NCV, 2018).

Productcategorieën	Omzet per jaar x miljoenen euro's
	2017
Bad- en doucheproducten	161
Decoratieve cosmetica	370
Deodorant	153
Geuren	405
Haarverzorging	353
Huidverzorging	408
Mondverzorging	172
Scheerproducten	21
Zeep	43
Zonneproducten	74
Overige	92
Totaal	2.251

NB: De cijfers zijn afkomstig van de traditionele kanalen zoals de Nederlandse supermarkten, drogisterijen en parfumerieën. Er wordt nog ongeveer 15% aan cosmetica verkocht in andere kanalen.

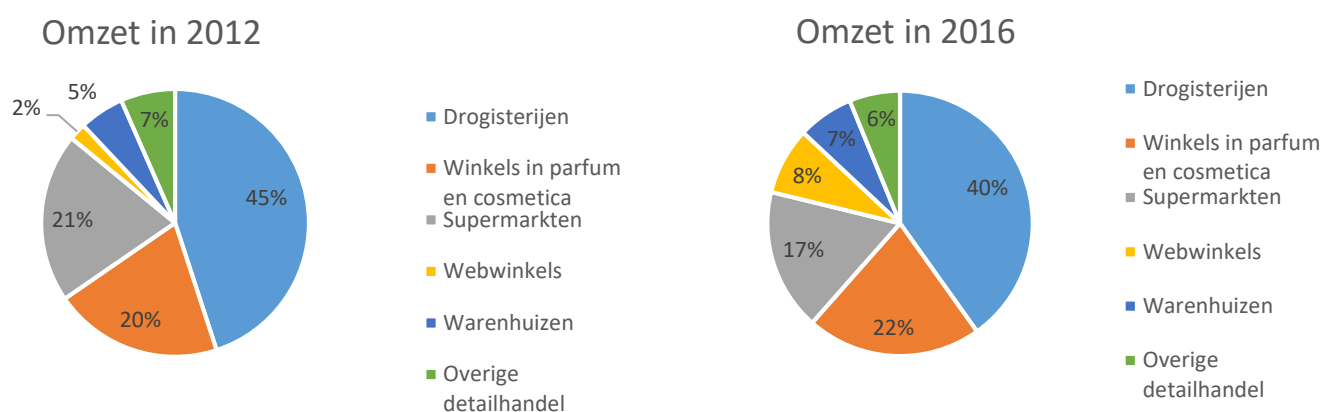
Algemene trends en ontwikkelingen binnen de sector

In het kader van duurzaam verpakken heeft de cosmeticabranche de afgelopen jaren de volgende resultaten gerealiseerd:

- Voor verpakkingen wordt (per functionele eenheid) steeds minder materiaal gebruikt.
- Fabrikanten houden rekening met de milieubelasting bij het ontwerpen van (nieuwe) product-verpakkingscombinaties.
- Voor kunststof verpakkingen is er een toename in het gebruik van gerecycled materiaal. In ontwikkelde markten is recycling van PET en het hergebruik van recycled-PET (rPET) in verpakkingen de standaard. Het gebruik van rPP en rPE is sterk in ontwikkeling.
- Bij de keuze van het verpakkingsmateriaal en het ontwerp van de verpakking krijgt de efficiënte recycling steeds meer prioriteit.
- Het weglaten van verpakking (geen omdoos) is geïntroduceerd met de sta-tube voor tandpasta (1994). De huidige trend is weer een omdoos om de tandpasta-tube, vaak ingegeven door minder of ander materiaalgebruik voor de tube ten gunste van karton bij de omdoos.
- Op productielocaties wordt verpakkingsafval gescheiden en aangeboden voor recycling.
- Bedrijven hebben tot doel om verpakkingsafval bij productie tot nul terug te brengen of te beperken tot herbruikbare materialen.
- De consument via verpakkingsopschriften bewuster maken van het duurzaam gebruik (incl. het afdanken van de lege verpakking).

Alhoewel voorheen de focus met name lag op het verminderen van het gewicht per verpakking, worden verpakkingen tegenwoordig steeds vaker ontworpen op basis van ‘lifecycle thinking’. Steeds meer bedrijven in de branche gebruiken ‘bio-based’ (bio-gebaseerde) verpakkingsmaterialen. Een voorbeeld is bio-based polyethyleen (Bio-PE) dat verkregen wordt uit suikerriet. Bio-PE wordt al toegepast in verpakkingen van sommige haarverzorgingsproducten (Cosmetics Europe, 2018).

Ook hernieuwbare verpakkingsmaterialen worden steeds vaker toegepast. Producten zoals hout, papier en karton worden algemeen erkend als een van de meest duurzame verpakkingsmaterialen, omdat ze worden verkregen uit een hernieuwbare hulpbron, biologisch afbreekbaar zijn, en gemakkelijk te recycleren. Alternatieven zoals bamboe of stro worden ook toegepast (Cosmetics Europe, 2018).



Figuur 2. Detailhandelsomzet van de Nederlandse cosmetica industrie per bedrijfstak. Onder ‘Overige detailhandel’ valt de groothandel in parfum en cosmetica, kappers, schoonheidssalons en apotheken.

Wetgeving: Nederlands, Europees en wereldwijd

De essentiële eisen waaraan verpakkingen van cosmetica moeten voldoen staan omschreven in het Besluit beheer verpakkingen van 2014. Daarnaast zijn ook de Cosmeticaverordening, de REACH-verordening, het ADR en de Aerosolrichtlijn van toepassing op verpakkingen en producten.

Productbescherming en – veiligheid

Verpakkingen leveren een waardevolle bijdrage aan economische, ecologische en sociale duurzaamheid, middels:

- Productbescherming, waardoor productverlies en -degradatie worden voorkomen;
- Het bevorderen van efficiënt bedrijfsgedrag; en
- Het voorzien van de consument met de voordelen die het product bevat

De fundamentele rol van een verpakking is om het product in perfecte staat aan de consument te leveren. Bij cosmetica speelt de verpakking ook een belangrijke rol bij de functie van het product. Daarnaast speelt de verpakking een essentiële rol bij het aantrekkelijk, wenselijk en acceptabel maken van het product bij de consument (Cosmetics Europe, 2012).

Verpakkingen (primair, secundair en tertiair)

De verpakking is onderdeel van de beleving van een product. Er wordt onderscheid gemaakt tussen primaire, secundaire en tertiaire verpakkingen. In dit plan worden deze termen als volgt gedefinieerd:

- **Primaire verpakking**
De verpakking waarin het product zit dat direct aan de consument wordt verkocht (consumenteenheid). Dit kan een meervoudige verpakking betreffen waarbij het product (lees 'inhoud') niet in direct contact staat met de verpakking die in het schap staat.
- **Secundaire verpakking**
De verpakking waarin meerdere consumenteenheden zitten – deze verpakking wordt gebruikt voor promotiedoeleinden (bijv. 'multi-packs': promo 2+1), transport en opslag.
- **Tertiaire verpakking**
De verpakking waarin meerdere secundaire verpakkingen gebundeld worden om als geheel te worden getransporteerd en opgeslagen.

Raakvlak met andere branches/brancheplannen

Bij het opstellen van het nieuwe brancheplan is tevens overlegd met het Centraal Bureau Levensmiddelen (CBL) en het Centraal Bureau Drogisterijbedrijven (CBD). Dit omdat ongeveer 80% van de omzet in de cosmetica markt wordt gerealiseerd in drogisterijen, parfumerieën en supermarkten (zie figuur 2). Door overleg en samenwerking op dit onderwerp wordt ervoor gezorgd dat er geen conflicterende boodschappen/doelstellingen worden opgesteld. Dit zal uiteindelijk leiden tot een optimalisatie in de verduurzaming van verpakkingen binnen de cosmeticasector.

Ketensamenwerking

Bij het nastreven van haar duurzaamheidsmissie is de cosmetica-industrie zich ervan bewust dat een alomvattende strategie ten aanzien van de gehele verpakingsketen noodzakelijk is om een positieve verandering teweeg te brengen. Hierbij worden alle fasen van 'lifecycle thinking' in acht genomen. Eén van de belangrijkste overwegingen in verpakingsontwerp zijn: de prestatie, materiaalkeuze en herstel van bronnen (Cosmetics Europe, 2012).

Fabrikanten moeten verpakkingen aanbieden die voldoen aan alle lokale wettelijke vereisten voor inzameling en verwijdering na gebruik. De materiaalkeuzes en het ontwerp moeten zodanig zijn dat consumenten en gemeenten worden gestimuleerd om de juiste inzameling en verwijdering op marktniveau te maximaliseren. De inzameling is echter afhankelijk van verschillende factoren die buiten verpakingsleveringsketen vallen, zoals consumentenbewustzijn, lokale demografie, en de beschikbaarheid van efficiënt herstel- en recyclingtechnologieën (Cosmetics Europe, 2012).

3. Blik op de toekomst: generieke ambities en doelen

De kunststofindustrie is erg belangrijk voor de Europese economie. Het verduurzamen van deze industrie biedt nieuwe kansen voor innovatie, concurrentievermogen en leidt tot meer banen. Maar de wijze waarop kunststoffen geproduceerd, gebruikt en afgedankt worden, zorgt ervoor dat deze economische voordelen nog niet optimaal benut kunnen worden. Daarom, als onderdeel van haar voortdurende inspanningen om de Europese economie duurzamer te maken heeft de Europese Commissie in januari 2018 het allereerste Europese Strategie voor Plastics ten uitvoer gelegd. Met deze strategie wilt de Europese Commissie de industrie stimuleren en ondersteunen met het maken van productontwerp keuzes, gericht op de ontwikkelingen van producten die duurzamer zijn, herbruikbaar en gemakkelijk te recyclen. Het uiteindelijke doel is dat alle plastic verpakkingen recyclebaar en/of herbruikbaar zijn in 2030 (Europese Commissie, 2017).

Het brancheverduurzamingsplan biedt de industrie de mogelijkheid om een actieve bijdrage te leveren aan de Europese Plastic Strategie. De doelstellingen zullen daarom met name gericht zijn op het verbeteren van de volgende aspecten:

- De productverpakking ontwerpkeuze (Rethink)
Het productontwerp heeft een directe impact op de recyclebaarheid en herbruikbaarheid van plastics (Europese Commissie, 2017).
- Minder kunststofverpakkingsmateriaal gebruiken (Reduce)
Door minder kunststofverpakkingsmateriaal toe te passen, ontstaat na gebruik minder verpakkingsafval.
- Recycleat content in verpakkingen (Resource)
Het gebruik van meer gerecyclede kunststoffen beperkt de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen voor de productie van plastics en reduceert de CO₂-uitstoot (Europese Commissie, 2017).
- Scheidbaarheid, sorteerbaarheid en recyclebaarheid (Recovery)
Verpakkingen moeten op de juiste manier worden verwerkt. Het is daarom essentieel dat verpakkingen gescheiden, gesorteerd, en gerecycled kunnen worden in de huidige inzamelsystemen. Het KIDV heeft een Recyclecheck ontwikkeld om bedrijven te ondersteunen bij de ontwikkeling van duurzame verpakkingen.

4. Specifieke doelen voor 2022

In tabel 2 zijn de specifieke doelstellingen beschreven.

Tabel 2 Specifieke doelstellingen voor kunststof verpakkingen.

Productcategorie: cosmetica			
Thema	Ambitie	Doel	Toelichting
Voorkom uitval	Verpakkingen die goed te legen zijn.	-	Nederlandse consumenten legen productverpakkingen graag volledig
Re-think	Verpakkingen herontwerpen, gericht op een lagere milieu impact.	Het merendeel van de verpakkingen die door de leden op de markt wordt gebracht, hanteert het 'eco-design principe'	Leden passen LCA toe om verpakkingen te ontwikkelen met een verminderde ecologische voetafdruk.
Reduce	<ol style="list-style-type: none"> Het elimineren van problematische of onnodige (kunststof) materiaal uit verpakkingen. Waar mogelijk verpakkingen <u>vervangen</u> door gecompactiseerde verpakkingen. 	<ol style="list-style-type: none"> Leden worden gestimuleerd om verpakkingsmateriaal te vervangen of te reduceren. Indien van toepassing wordt met leden besproken wat de compacteringsmogelijkheden zijn. 	Denk hierbij aan dunner, lichter of minder verpakkingsmateriaal.
Resource	<ol style="list-style-type: none"> Alle primaire/secundaire/tertiaire verpakkingen bestaan uit FSC of gelijkwaardig gecertificeerd papier/karton óf uit gerecyclede vezels. Overwegen waar mogelijk andere innovatieve, duurzamere materialen toegepast kan worden als verpakkingsmateriaal. 	<ol style="list-style-type: none"> Per 2022 past 100% van de leden FSC of gelijkwaardig gecertificeerd papier/karton óf gerecyclede vezels toe in primaire/secundaire/tertiaire verpakkingen. Leden passen waar mogelijk duurzamere materialen toe in verpakkingen. 	Denk hierbij aan bio-basiseerde verpakkingsmaterialen.
Voorkom lekstromen	Niet relevant		
Re-use	Overwegen waar mogelijk navulverpakkingen toegepast kunnen worden.	Leden passen waar mogelijk navulverpakkingen toe.	
Repair	Niet relevant	-	
Recycling	<ol style="list-style-type: none"> Meer kunststofverpakkingen waarin recycleat wordt toegepast. Herontwerpen van verpakkingen met oog op circulariteit. 	<ol style="list-style-type: none"> Per 2022 bevat het merendeel van de kunststofverpakkingen die door de leden op markt worden gebracht recycleat. Per 2022 bevat het merendeel van de verpakkingen die door de leden op de markt wordt gebracht, het 'design voor recycling principe'. 	Bij het verpakkingsontwerp wordt rekening gehouden met hoogwaardige recycling. Het KIDV heeft hiervoor een handleiding geschreven: de Recyclecheck, waar de begrippen nader worden toegelicht.

5. Acties naar 2022

Om de leden te stimuleren en te ondersteunen zal de NCV het thema duurzaamheid blijvend op de agenda plaatsen (zie tabel 3). Zo wordt er jaarlijks een duurzaamheidsbijeenkomst gehouden, waar leden worden gestimuleerd, geïnspireerd en geïnformeerd over verschillende onderwerpen in het kader van duurzaamheid.

Daarnaast worden leden op de hoogte gehouden van relevante duurzaamheidsonderwerpen via de maandelijkse nieuwsbrief van de branche. Ook zullen voor de leden afhankelijk van de behoefte, workshops en round table gesprekken worden georganiseerd.

De branche is ook voornemens een duurzaamheidsplatform te ontwikkelen dat niet alleen zal dienen als een kennispartner voor alle relevante duurzaamheidsonderwerpen, maar ook als een manier om de branche positief te profileren op het gebied van duurzaamheid. Het duurzaamheidsplatform (in de vorm van een website) is een gezamenlijk initiatief van de NCV in samenwerking met de Nederlandse Aërosol Vereniging (NAV) en de Nederlandse Vereniging voor Zeepfabrikanten (NVZ).

Tabel 3 De duurzaamheidsagenda van de NCV.



Wanneer	Actie
2019	<ul style="list-style-type: none">- Duurzaamheidsbijeenkomst- Inventariseren welke vraagstukken leven onder de leden- Lancering duurzaamheidsplatform
2020	<ul style="list-style-type: none">- Duurzaamheidsbijeenkomst- Workshops/bijeenkomsten aansluitend op behoefte van leden- Tussentijdse monitoring van de doelstellingen
2021	<ul style="list-style-type: none">- Duurzaamheidsbijeenkomst- Workshops/bijeenkomsten aansluitend op behoefte van leden
2022	<ul style="list-style-type: none">- Duurzaamheidsbijeenkomst- Eindmonitoring van de doelstellingen

6. Monitoring

De monitoring van de eindresultaten zal net zoals bij het eerste brancheverduurzamingsplan plaats vinden op basis van een digitale enquête onder de leden.

Bronnen

1. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2018). Hier verkrijgbaar *Maatwerk voor branchevereniging NCV*.
2. Cosmetics Europe (2012). *Good Sustainability Practice (GSP) for the cosmetics industry*. Brussel: Cosmetics Europe – The personal care association. Hier verkrijgbaar https://www.cosmeticseurope.eu/files/4214/6521/4452/GSP_Brochure.pdf
3. Cosmetics Europe (2018). *Environmental Sustainability: the European Cosmetics industry's contribution*. Brussel: Cosmetics Europe – The personal care association. Hier verkrijgbaar https://www.cosmeticseurope.eu/files/9615/2872/3399/CE_Environmental_Sustainability_Report_2018.pdf
4. Europese Commissie (2018). *A European Strategy for Plastics in a Circular Economy*. Hier verkrijgbaar <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1516265440535&uri=COM:2018:28:FIN>
5. KIDV (2018). *KIDV Recyclecheck vormvaste kunststof verpakkingen*. Hier verkrijgbaar <https://www.kidv.nl/8142/kidv-recyclecheck-voor-vormvaste-kunststof-verpakkingen.html?ch=DEF>
6. NCV (2018). Jaarverslag 2017. Hier verkrijgbaar <https://www.ncv-cosmetica.nl/infocentrum/jaarverslagen/>
7. Plastics Europe (2018). *Plastics - the Facts 2017*. Brussel: Plastics Europe – Association of plastics manufacturers. Hier verkrijgbaar [Plastics_the_facts_2017_FINAL_for_website_one_page \(3\).pdf](#)
8. World Commission on Environment and Development (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press. Hier verkrijgbaar https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un-_-milestones-in-sustainable-development/1987--brundtland-report.html