

2019  
2022  
2025



**NCV**  
NEDERLANDSE  
COSMETICA  
VERENIGING

# Brancheplan Duurzaam Verpakken 2019-2022/2025

COSMETICA

NEDERLANDSE COSMETICA VERENIGING

## Inhoud

<b>1. Algemene inleiding</b> .....	2
<b>2. Beschrijving van de branche(vereniging)</b> .....	3
<b>3. Blik op de toekomst: generieke ambities en doelen</b> .....	14
<b>4. Specifieke doelen voor 2022/2025</b> .....	15
<b>5. Acties naar 2022/2025</b> .....	19
<b>6. Monitoring</b> .....	20
<b>7. Bronnen</b> .....	21

# 1. Algemene inleiding

Alle consumentenproducten zorgen voor milieubelasting 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<sup>1</sup> 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 erkende 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 sector ziet met name een rol voor zichzelf bij het sluiten van de materialen kringloop, het reduceren van de hoeveelheid verpakkingen en het kiezen voor verpakkingsmaterialen met een lage milieu-impact.

De doelstellingen in dit brancheplan zijn gericht op het verduurzamen van verpakkingen, met behulp van de 4 R-thema’s: Rethink, Reduce Resource en Recycling. De branche wordt niet alleen gestimuleerd om duurzame verpakkingsbeslissingen te nemen, maar wordt ook in de gelegenheid gesteld om zelf creatieve en innovatieve ideeën te ontwikkelen om (bestaande) verpakkingen te verduurzamen. Daarnaast sluit het plan aan op de ‘Strategy for Plastics in a Circular Economy’, die in januari 2018 door de Europese Commissie is gepubliceerd ([Europese Commissie, 2018](#)).

Het brancheverduurzamingsplan biedt de industrie een kans om een actieve bijdrage te leveren 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.

<sup>1</sup>De impact van menselijke activiteiten gemeten in termen van biologisch productieve grond- en wateroppervlak dat nodig is voor de productie van consumptiegoederen en het verwerken van afval (bron: [WWF](#)).

## 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:

- Reguliere leden: fabrikanten, distributeurs en importeurs van cosmetica op de Nederlandse en internationale markt;
- Associatieve leden: groot- en detailhandel en inkoopcombinaties en toeleveranciers die actief zijn in de technische consultancy en dienstverlening, waaronder contact laboratoria.

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. Zoals 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, circulaire, 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)].

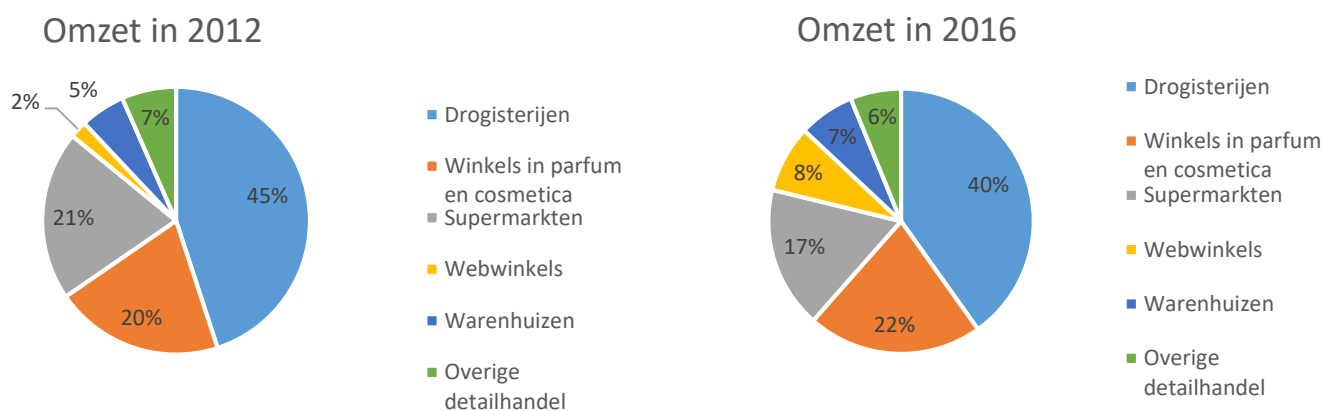


**Figuur 1.** Jaarlijkse omzet van de Nederlandse cosmetica-industrie (in miljarden euro's) in de periode 2012-2016 (CBS, 2018).

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

Productcategorieën	Omzet per jaar x 1.000.000 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.



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

## Algemene trends 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, waarbij het veilig gebruik en de bescherming van het product centraal staan.
- 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. de juiste sorteer/recyclingkeuze bij 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'. Naast het gebruik van gerecycled kunststof, zijn er steeds meer bedrijven in de branche die 'bio-based' (bio-gebaseerde) verpakkingsmaterialen gebruiken. 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](#)). Deze verpakkingen kunnen samen met het overige kunststof verpakkingsafval gerecycled worden. Ook hernieuwbare verpakkingsmaterialen worden steeds vaker toegepast. Producten zoals hout, papier en karton worden verkregen uit een hernieuwbare hulpbron, zijn biologisch afbreekbaar, en gemakkelijk te recyclen. Alternatieven zoals bamboe of stro worden ook toegepast ([Cosmetics Europe, 2018](#)). Bij biologisch afbreekbare verpakkingsmaterialen is het 'end-of-life' scenario een aandachtspunt, omdat het bestaande recycling systemen kan verstoren.

## Recente ontwikkelingen binnen de sector

De industrie heeft verduurzaming hoog in het vaandel staan en is al jaren actief met innovaties op het gebied van verpakkingen. Hieronder volgen een aantal voorbeelden.



Figuur 3 Good Sustainable Practice richtlijn van Cosmetics Europe

**Cosmetics Europe – Good Sustainable Practice richtlijn** (bron: [Cosmetics Europe](https://www.cosmetics-europe.eu/))

Cosmetics Europe, de Europese brancheorganisatie voor de cosmetica- en persoonlijke verzorgingsindustrie, heeft in 2012 een ‘Good sustainable practice’ (GSP) richtlijn uitgebracht. Deze richtlijn helpt de MKB in de cosmetica sector bij het ontwikkelen en implementeren van een duurzaamheidsstrategie.

Daarnaast werkt Cosmetics Europe ook aan het ontwikkelen van kwaliteitsstandaarden voor het gebruik van gerecyclede plastics in kunststofverpakkingen.

**KAO – Reduceert plastic-gebruik middels innoverende navulverpakking** (bron: [KAO](https://www.kao.com/))



Figuur 4 De [Raku-Raku Eco Pack Refill](#)

In 2016 bracht KAO de milieuvriendelijke ‘Raku-Raku Eco Pack Refill’ verpakking op de markt. De verpakking is gebruiksvriendelijk en reduceert de CO<sub>2</sub>-uitstoot die geproduceerd wordt tijdens het productieproces, gebruiks- en afdankfasen met 3% t.o.v. van de eerder uitgebrachte navulverpakkingvariant. In 2017 heeft KAO met de Raku-Raku Eco Pack Refill het gebruik van plastics met 74% kunnen verminderen.



*Perrigo – sluit zich aan bij het ‘How2Recycle’ initiatief (bron: [Perrigo](#))*

How2Recycle (H2R) is een labelpictogram dat de juiste manier van recyclen naar de consument communiceert. In 2017 voegde Perrigo het H2R-symbool toe aan honderden producten. Een vervolgstap nu is het verbeteren van recyclebaarheid verpakkingen die niet of beperkt recyclebaar zijn.

In Nederland kan de weggooiwijzer op verpakkingen worden aangebracht, maar voor veel producenten geldt dat zij verpakkingen in verschillende Europese landen op de markt brengen. Europese standaardisatie van deze weggooiwijzer is zeer gewenst.



*Figuur 5 [How2Recycle](#) logo*



*Rituals – Eco-chique refill concept (bron: [Rituals](#))*

In 2017 heeft Rituals een ‘eco-chique’ navulverpakking op de markt gebracht met als doel het ecologisch voetafdruk van haar producten te reduceren. Met de navulverpakking wordt voor 70% bespaard op CO<sub>2</sub>-uitstoot, 65% op energie en 45% op waterverbruik.

*Figuur 6 Eco-chique refill concept van Rituals.*

Unilever – Innovatieve technologie om PET-afval om te zetten naar zuivere plastics (bron: [Unilever](#))

In 2018 maakte Unilever bekend dat zij een samenwerking aangaan met de startup Ioniqa en 's werelds grootste PET-producent, Indorama Ventures, om samen een technologie te ontwikkelen om PET-afval om te zetten in zuivere plastic grondstoffen.

Met de nieuwe technologie van Ioniqa wordt niet-recyclebaar PET-afval afgebroken tot de basismolecuul, waarbij kleur en andere verontreinigingen worden verwijderd. De moleculen kunnen daarna in de fabriek van Indorama weer worden omgezet in zuivere plastic grondstoffen. De verkregen grondstoffen kunnen vervolgens weer gebruikt worden bij het produceren van plastic verpakkingen.



*Figuur 7 Met de nieuwe technologie van Ioniqa wordt PET-afval afgebroken tot basismoleculen van hoge kwaliteit*

L'Oréal – SPICE (Sustainable Packaging Initiative for Cosmetics) (bron: [L'oréal](#))

SPICE is een initiatief dat organisaties in de cosmetica-industrie samenbrengt om te werken aan een gemeenschappelijk doel: gezamenlijk vorm te geven aan de toekomst van duurzame verpakkingen.

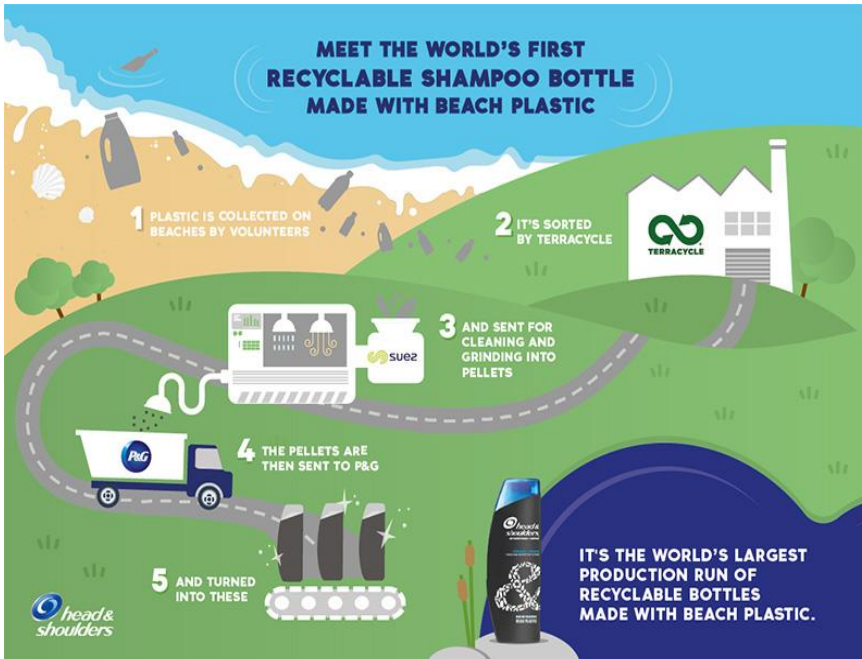


Co-opgericht door L'Oréal in 2018, zal SPICE bedrijfsgerichte methodologieën en gegevens ontwikkelen en publiceren om veerkrachtige besluitvorming te ondersteunen om de milieuprestaties van de gehele verpakkingswaardeketen te verbeteren. Deze ontwikkelingen zullen het resultaat zijn van collectieve werksessies waarbij leden ervaringen en kennis zullen delen ten behoeve van het initiatief en uiteindelijk tot het verduurzamen van cosmetica verpakkingen op grote schaal.

Procter & Gamble – Recyclebare shampoo fles bestaande uit gerecycleerde strand plastics (bron: [P&G](#))

In 2017 kondigde P&G een samenwerking aan met SUEZ en TerraCycle om 's werelds eerste shampoofles, gemaakt van 25% gerecycled strandplastic, op de markt te brengen. Het milieuvriendelijke initiatief heeft geleid tot een 'UN climate solution award' ([UNFCCC](#)).

Het project vereist elk jaar 2.600 ton gerecycled plastic – dit staat gelijk aan het gewicht van acht volledig geladen Boeing 747 jumbojets.



Vanaf eind 2018 zullen meer dan een half miljard flessen per jaar, tot 25% gerecycled strand plastics bevatten. Dit representeert meer dan 90% van alle haarverzorgingsflessen die in Europa worden verkocht in de haarverzorgingsportfolio van P & G.

Figuur 8 [Head & Shoulders](#) shampoo fles gemaakt uit gerecycled kunststof zwerfafval

Beiersdorf – Minder afval en inspanning middels voorgesneden aluminiumplaten (bron: [Beiersdorf](#))

Sinds 2017 bestelt Beiersdorf voorgesneden vellen voor de ronde Nivea crème blikken, om tinproductieafval te minimaliseren. Voorheen werden rechthoekige aluminium platen ingekocht. Dankzij de meer aangepaste vorm wordt minder afval geproduceerd – 54 g aluminium per vel – tijdens het ponsen. Met de voorgesneden vellen wordt op jaarbasis 14 ton aluminium bespaard.

Het snijden van de vellen wordt gedaan door de leverancier, waardoor tevens bespaard wordt op gewichts- en transport-gerelateerde kosten die samenhangen met de levering van de vellen en het weggooien van restanten. Het snijafval wordt door de leverancier gerecycled door het rechtstreeks terug te voeren in het productieproces van de aluminium vellen.



Figuur 9 Door de voorgesneden vellen wordt per jaar 14 ton aan aluminium bespaard

Henkel – Plastic Bank om plastic afval in oceanen te verminderen (bron: [Henkel](#))

Sinds 2017 werkt Henkel samen met de Plastic Bank aan het verminderen van zwerfafval dat in oceanen terecht komt. Sindsdien is meer dan 35 ton plastic ingezameld. Het ingezamelde kunststofafval wordt gesorteerd, verwerkt en geïntegreerd in recycling ketens zoals Social Plastic. Het gerecyclede plastic wordt vervolgens weer gebruikt voor het produceren van productverpakkingen. Na het succesvol afronden van een pilotstudie zijn zowel Henkel's Beauty Care business als Henkel's Laundry and Home care business, voornemens het gebruik van Social Plastic verder uit te breiden naar meerdere productgroepen.



Figuur 10 Het ingezamelde zwerfafval wordt verwerkt en gebruikt bij het produceren van verpakkingen

Terracycle & aantal koplopers – (bron: [TerraCycle](#))

Terracycle heeft samen met enkele grote brand owners een initiatief gestart, genaamd [LOOP](#), om het gebruik van hervulbare verpakkingen te stimuleren. Bedrijven die zich hebben aangesloten zijn onder meer: Procter & Gamble, Nestlé, PepsiCo, Unilever, The Body Shop, Beiersdorf, RB, Carrefour en Tesco.



Figuur 12 LOOP Terracycle

## **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**

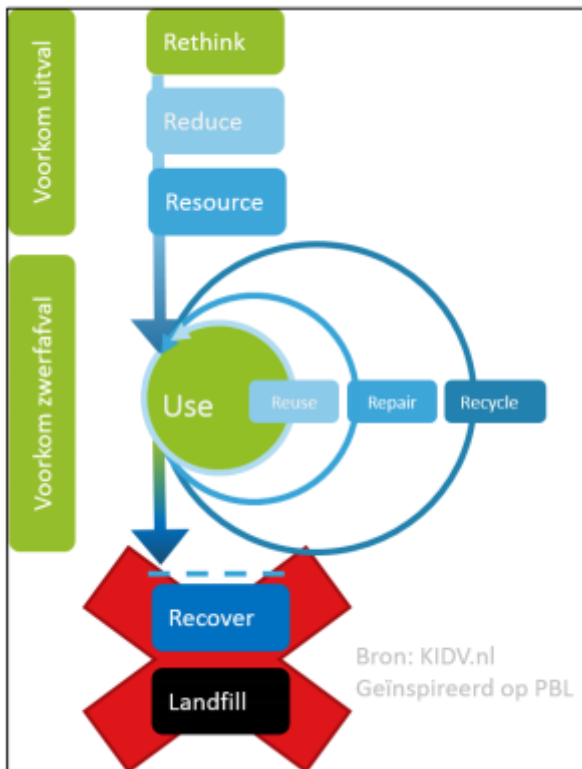
Bij het nastreven van haar duurzaamheidsmissie is de cosmetica-industrie zich ervan bewust dat een alomvattende strategie ten aanzien van de gehele verpakingsketen noodzakelijk is om een positieve verandering teweeg te brengen. Hierbij worden alle fasen van 'lifecycle thinking' in acht genomen. Eén van 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

Het brancheverduurzamingsplan biedt de industrie de mogelijkheid om actief bij te dragen aan een circulaire economie. Voor het verduurzamen van verpakkingen en/of verpakkingsmaterialen worden de volgende thema's gehanteerd:

- **Rethink: Herontwerpen product/verpakkingscombinaties om de milieudruk te verlagen.**  
Het productontwerp heeft een directe impact op de recyclebaarheid en herbruikbaarheid van verpakkingen.



- **Reduce: Minderverpakkings-materiaal toepassen**

Door minder (kunststof)verpakkingsmateriaal toe te passen, ontstaat na gebruik minder (kunststof) verpakkingsafval. Hierdoor wordt het milieu minder belast.

- **Resource: Inzetten van materialen met lagere milieu-impact** (FSC/PEFC gecertificeerd papier en karton, recycled en biobased materialen).

Het gebruik van meer gerecyclede kunststoffen beperkt de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen voor de productie van nieuwe plastics en reduceert de CO<sub>2</sub>-uitstoot ([Europese Commissie, 2018](#)).

- **Reuse: Onderzoek naar de mogelijkheden voor hergebruik (refill) van verpakkingen**

Verpakkingen of onderdelen hiervan kunnen

zodanig ontworpen worden dat ze meerdere keren gebruikt kunnen worden, bijvoorbeeld met een retoursysteem of navulverpakkingen.

- **Recycle: Scheidbaarheid, sorteerbaarheid en recyclebaarheid** (Design for Recycling)  
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.

In dit brancheplan worden de volgende definities aangehouden:

- **Recyclebaar:** Een verpakking of een verpakkingscomponent is recyclebaar indien de post-consumer inzameling, sortering en recycling blijkt te werken in de praktijk en op grotere schaal.
- **Herbruikbaar:** Verpakkingen die zijn ontworpen om verschillende keren hergebruikt te worden, of meerdere omwentelingen in een systeem voor hergebruik te realiseren.

## 4. Specifieke doelen voor 2022/2025

De doelstellingen in het brancheplan (tabel 2) hebben als hoofdzakelijke doel het (her)ontwerpen van verpakkingen met oog op het verminderen van de ecologische voetafdruk. De grote ambities waar de branche naar streeft kunnen niet allemaal gerealiseerd worden vóór 2022, gezien de tijd die er nodig om de nodige aanpassingen door te voeren. Daarom is besloten om doelstellingen op te stellen voor zowel 2022 als 2025.

### Rethink

#### **Doel 1: Vanaf 2025 implementeert 90% van de leden het NCV-koplopers programma in hun bedrijfsvoering.**

Op het gebied van duurzaam verpakken is al veel mogelijk, echter zijn deze mogelijkheden niet voor ieder bedrijf bekend en/of worden toegepast. Om optimaal te kunnen profiteren van deze mogelijkheden, gaat de NCV samen met een 5-tal koplopers\*\* in de industrie – op het gebied van duurzaam verpakken – een best practices programma ontwikkelen. Het doel van het programma is om bedrijven te informeren over de best practices in het kader van verduurzaming van productverpakkingen en hoe deze methoden in de praktijk toegepast kunnen worden. Op deze wijze kan de gehele industrie een niveau hoger worden getild op het gebied van duurzaam verpakken.

*\*\*De koplopergroep bestaat uit bedrijven die een aanzienlijk voorsprong hebben op de rest van de branche op het gebied van duurzaam verpakken. Koplopers kunnen multinationals zijn, maar ook MKB'ers. Per doelstelling kan een andere koplopergroep worden aangesteld.*

**Doel 2: Vanaf 2020 organiseert de NCV ieder jaar een verpakkingsdag.** De verpakkingsdag dient de communicatie tussen de industrie en verpakkingsexperts te faciliteren. Op deze dag worden bedrijven door verpakkingsexperts geïnformeerd en geadviseerd over de meest recente ontwikkelingen in het kader van duurzaam verpakken.

### Reduce

**Doel 3: 80% van de leden gebruiken per consumenteneenheid aantoonbaar minder verpakkingsmaterialen t.o.v. 2019.** Bijvoorbeeld middels:

- Compactering;
- Verwijdering van onnodig verpakkingsmateriaal;
- Gebruik van dunner/lichter verpakkingsmateriaal;
- Verwijderen/verminderen van omdoosjes;
- Of anders: bedrijfsspecifieke duurzaamheidsstrategie\*

#### **Doel 4: Vanaf 2025 zijn alle verpakkingen vrij van PVC (polyvinylchloride) en PVdC (polyvinylideenchloride).**

Verpakkingen die PVC en PVdC kunnen niet optimaal gerecycled worden. Wanneer deze stoffen samen met andere kunststoffen in de recyclestroom belanden, ontstaat er een chemische reactie waarbij zoutzuur wordt geproduceerd. Dit belemmert de recycling van de andere kunststoffen. Het is daarom van belang dat de verpakkingen die de branche op de markt brengt vrij zijn van PVC en PVdC.



## Reuse

**Doel 5: Vanaf 2025 worden herbruikbare en hervulbare systemen toegepast, mits implementeerbaar.** Koplopers doen onderzoek naar de mogelijkheden voor herbruikbare en hervulbare verpakkingssystemen. Verpakkingen kunnen middels een retoursysteem worden teruggestuurd naar de producent ([LOOP](#)), of een dispenser kan met navulverpakkingen worden voorzien van een nieuwe inhoud. Het succesvol implementeren van herbruikbare of hervulbare verpakkingen hangt af van verschillende aspecten, waaronder de acceptatie van de consument, maar ook de technische en economische haalbaarheid. Een beoordeling van deze en andere factoren is noodzakelijk vóórdat nieuwe herbruikbare/hervulbare verpakkingen kunnen worden geïntroduceerd op de markt.

## Resource

**Doel 6: Vanaf 2025 bestaat minimaal 90% van alle kunststof verpakkingen voor 25% uit gerecycled kunststof.** Om de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen voor het produceren van 'virgin' plastics te beperken, moet de branche meer gebruik gaan maken van duurzame verpakkingsmaterialen alternatieven, zoals gerecycled plastics.

**Doel 7: Vanaf 2025 zijn minimaal 90% van de papieren/kartonnen verpakkingen FSC of gelijkwaardig gecertificeerd óf bestaan uit gerecyclede vezels.** Met deze doelstelling draagt de branche bij aan de bescherming en behoud van bossen.

## Recycling

**Doel 8: Vanaf 2025 zijn minimaal 80% van de verpakkingen die door de leden op de markt gebracht worden, recyclebaar of herbruikbaar.** Dit betekent dat ze voldoen aan de KIDV recyclecheck of een soortgelijke internationale erkende standaard.

Enkele belangrijke aandachtspunten zijn:

- **Zwarte verpakkingen;** Momenteel kunnen zwarte kunststoffen niet gedetecteerd worden door de NIR (Nabij Infrarood)-systeem. Tijdens de sortering determineert de NIR-camera het type kunststof, zodat verpakking in de juiste stroom belandt. Om recycling te optimaliseren is het van belang dat de branche verpakkingen op de markt brengt die pigmenten bevatten die herkend kunnen worden door het systeem. Verpakkingen waarvan het grootste component (de "body") zwart gekleurd is, dienen daartoe vermeden te worden.
- **Opaak (ondoorzichtig) ingekleurde PET verpakkingen.** De huidige sorteerinstallaties kunnen opaak PET en transparante PET niet volledig van elkaar scheiden. Wanneer opaak PET in de fractie van transparante PET belandt, vermindert dit de kwaliteit en inzetbaarheid van transparant gerecycled PET. De branche kan dit vermijden door gebruik te maken van verpakkingen die minder dan 4% opaak PET bevatten of door te investeren in een recyclingtechniek voor opaak PET.
- **Samengestelde verpakkingen; Laminaten en andere verpakkingen die uit meerdere onderdelen en materialen bestaan.** Metalen onderdelen - zoals veertjes en balletjes die ingesloten zitten in kunststof verpakkingen (bijv. pompen), kunnen tijdens de sortering van verpakkingen niet gescheiden worden van het kunststof. Deze onderdelen zijn vaak te klein om gedetecteerd te worden en worden hierdoor niet gesorteerd bij de metalen maar komen terecht in de kunststofstroom. Momenteel zijn er geen bekende vervangers voor deze metalen onderdelen. De branche kan de recycling en verwerking van dit soort verpakkingen faciliteren, door verpakkingen te ontwerpen die uit compartimenten bestaan die gemakkelijk los te koppelen zijn. De metalen onderdelen kunnen dan voorafgaand aan de recycling ontkoppeld en gescheiden worden door de consument. Ook laminaten, verpakkingen die uit meerdere

niet scheidbare materiaalsoorten bestaan, bemoeilijken de recycling. Met name het lamineren van kartonnen verpakkingen moet vermeden worden. De branche zal daarom monomaterialen toepassen of verpakkingen gebruiken die uit materialen bestaan die gemakkelijk van elkaar te scheiden zijn.

**Doel 9: Vanaf 2022 is er een awareness programma voor de consument over het op de juiste manier afdanken van cosmetische verpakkingen.** Om verpakkingen optimaal te kunnen verduurzamen moet gekeken worden naar verschillende factoren. Het productverpakkingsontwerp, de huidige sorteer- en recyclingsystemen, maar ook naar de consument. Het is van belang dat de consument weet hoe hij de verpakkingen van cosmetische producten moet afdanken. De branche wilt de consument hierin helpen met behulp van een bewustwordingsprogramma. In het aankomend jaar wordt hier vorm aan gegeven.

Tabel 2. Specifieke verduurzamingsdoelstellingen voor 2022 en 2025.

Productcategorie Cosmetica: Overzicht doelen voor 2022 en 2025			
Thema	Ambitie	Doel 2022	Doel 2025
<b>Re-think</b>	Herontwerpen van product/verpakings-combinaties om de milieudruk te verlagen	1.) Het NCV-koplopers programma is gelanceerd en wordt door 50% van de leden toegepast in hun bedrijfsvoering.*  2.) Vanaf 2020 organiseert de NCV ieder jaar een verpakkingdag.	1.) Vanaf 2025 implementeert 90% van de leden het NCV-koplopers programma in hun bedrijfsvoering.*  2.) Vanaf 2020 organiseert de NCV ieder jaar een verpakkingdag.
<b>Reduce</b>	Minder (kunststof) verpakingsmateriaal toepassen en onnodige/problematische verpakingsmaterialen en/of -onderdelen verwijderen.	3.) 50% van de leden gebruiken per consumenteneenheid aantoonbaar minder verpakingsmaterialen t.o.v. 2019.  4.) Een inventarisatie/ self-assessment is uitgevoerd bij de leden over het gebruik van PVC (polyvinylchloride) en PVdC (polyvinylideenchloride).	3.) 80% van de leden gebruiken per consumenteneenheid aantoonbaar minder verpakingsmaterialen t.o.v. 2019.  4.) Vanaf 2025 zijn alle verpakkingen vrij van PVC (polyvinylchloride) en PVdC (polyvinylideenchloride).
<b>Reuse</b>	Waar mogelijk worden herbruikbare of hervulbare verpakkingen toegepast.	5.) Koplopers doen onderzoek naar de mogelijkheden voor herbruikbare en hervulbare verpakkingssystemen.	5.) Vanaf 2025 worden herbruikbare en hervulbare systemen toegepast, voor specifieke productgroepen waar dit mogelijk is.
<b>Resource</b>	Het gebruik van virgin materialen terugdringen middels het toepassen van duurzame verpakingsmaterialen.	6.) Vanaf 2022 bestaat minimaal 50% van alle kunststof verpakkingen voor 25% uit gerecycled kunststof.  7.) Vanaf 2022 zijn minimaal 70% van de verpakkingen FSC/PEFC of gelijkwaardig gecertificeerd óf bestaan uit gerecyclede vezels.	6.) Vanaf 2025 bestaat minimaal 90% van alle kunststof verpakkingen voor 25% uit gerecycled kunststof.  7.) Vanaf 2025 zijn minimaal 90% van de verpakkingen FSC/PEFC of gelijkwaardig gecertificeerd óf bestaan uit gerecyclede vezels.
<b>Recycle</b>	Design for Recycling: Verpakkingen ontwerpen die goed aansluiten op de huidige sorteer-, inzamel-, en recyclingsystemen.  Consumenten informeren over de juiste wijze van afdanken van cosmetische verpakkingen.	8.) Vanaf 2022 zijn minimaal 60% van de verpakkingen die door de leden op de markt gebracht worden, recyclebaar of herbruikbaar.*  9.) Er is een Awareness programma ontwikkeld voor de consument: cosmetische verpakkingen afdanken.	8.) Vanaf 2025 zijn minimaal 80% van de verpakkingen die door de leden op de markt gebracht worden, recyclebaar of herbruikbaar.*  9.) Uiterlijk 2025 wordt een Awareness programma uitgerold voor de consument: cosmetische verpakkingen afdanken.

\* Keuze is afhankelijk van bedrijfsspecifiek duurzaamheidsstrategie: hiermee wordt bedoeld dat bedrijven in de gelegenheid worden gesteld om eigen creatieve en innoverende manieren te bedenken om invulling te geven aan de betreffende doelstelling. Bedrijven kunnen de GSP richtlijn van Cosmetics Europe toepassen voor het ontwikkelen van een duurzaamheidsstrategie.

## 5. Acties naar 2022/2025

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. De eerste volgende duurzaamheidsbijeenkomst zal op woensdag 22 mei 2019 plaatsvinden.

Daarnaast worden leden op de hoogte gehouden van relevante duurzaamheidsonderwerpen via de maandelijkse nieuwsbrief van de branche. Ook zullen voor de leden, workshops en round-table gesprekken worden georganiseerd. Deze workshops en bijeenkomsten hebben betrekking op de vraagstukken die onder de leden spelen.

De NCV 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).

Ook zal er vanaf 2020 extra aandacht worden besteed aan verpakkingen middels een jaarlijkse verpakkingsdag. Tijdens deze event kunnen bedrijven meer info vergaren over het ontwerpen van duurzame en milieuvriendelijke verpakkingen.

Er is gekozen om het brancheplan met 3 jaar te verlengen, van 2022 naar 2025, zodat er grotere ambities kunnen worden nagestreefd. In 2022 zal daarom geen eindmonitoring plaatsvinden, maar een tussenmonitoring. Er kan dan worden bepaald of de branche op de juiste koers is en welke acties eventueel nog nodig zijn om de branche bij te sturen richting 2025.

Tabel 3 De duurzaamheidsagenda van de NCV.

Wanneer	Actie
2019	<ul style="list-style-type: none"><li>- Duurzaamheidsbijeenkomst</li><li>- Inventariseren welke vraagstukken leven onder de leden</li><li>- Lancering duurzaamheidsplatform</li><li>- Workshop: Design for Recycling (KIDV <a href="#">Recyclecheck</a>)</li></ul>
2020	<ul style="list-style-type: none"><li>- Duurzaamheidsbijeenkomst + verpakkingsdag</li><li>- Workshops/bijeenkomsten aansluitend op behoefte van leden</li><li>- Eerste monitoring van de doelstellingen</li></ul>
2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Duurzaamheidsbijeenkomst + verpakkingsdag</li><li>- Workshops/bijeenkomsten aansluitend op behoefte van leden</li></ul>
2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Duurzaamheidsbijeenkomst + verpakkingsdag</li><li>- Tussenmonitoring van de doelstellingen</li><li>- Tussenmonitoringsrapportage schrijven + vervolg acties bepalen voor 2025</li></ul>

## 6. Monitoring

Tabel 4. De activiteitenagenda en monitoringsplan voor 2025

Overzicht activiteiten en monitoring per doel			
Thema	Doel 2025	Activiteiten	Monitoring
<b>Re-think</b>	1.) Vanaf 2025 implementeert 90% van de leden het NCV-koplopers programma in hun bedrijfsvoering	<ul style="list-style-type: none"> <li>Koplopersprogramma: kennisdeling van best-practices</li> </ul>	Verslag
	2.) Vanaf 2020 organiseert de NCV ieder jaar een verpakkingsdag.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verpakkingsdag met leden en leveranciers</li> </ul>	Verslag
<b>Reduce</b>	3.) 80% van de leden gebruiken per consumenteneenheid aantoonbaar minder verpakkingsmaterialen t.o.v. 2019.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kennisdeling en workshops</li> </ul>	Cijfers Afvalfonds
	4.) Vanaf 2025 zijn alle verpakkingen vrij van PVC (polyvinylchloride) en PVdC (polyvinylideenchloride).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inventarisatie gebruik PVC en PVdC verpakkingen bij leden</li> </ul>	Enquête bij leden
<b>Resource</b>	5.) Vanaf 2025 bestaat minimaal 90% alle kunststof verpakkingen voor 25% uit gerecycled kunststof.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inventarisatie gebruik recycled kunststof in verpakkingen bij leden (self-assessment)</li> </ul>	Enquête bij leden
	6.) Vanaf 2025 zijn minimaal 90% van de verpakkingen FSC/PEFC of gelijkwaardig gecertificeerd óf bestaan uit gerecyclede vezels.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inventarisatie gebruik FSC/PEFC gecertificeerd papier en karton verpakkingen bij leden (self-assessment)</li> </ul>	Enquête bij leden
<b>Recycle</b>	7.) Vanaf 2025 zijn minimaal 80% van de verpakkingen die door de leden op de markt gebracht worden, recyclebaar of herbruikbaar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Workshops met KIDV: Design for Recycling.</li> </ul>	KIDV recyclecheck
	8.) Uiterlijk 2025 wordt een Awareness programma uitgerold voor de consument: cosmetische verpakkingen afdanken.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Awareness programma voor consumenten</li> </ul>	Verslag

## 7. Bronnen

- **Beiersdorf** (2017). *Sustainability review. Consumer business segment*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **Centraal Bureau voor de Statistiek** (CBS, 2018). *Maatwerk voor branchevereniging NCV*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **Cosmetics Europe** (2012). *Good Sustainability Practice (GSP) for the cosmetics industry*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **Cosmetics Europe** (2018). *Environmental Sustainability: the European Cosmetics industry's contribution*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **Europese Commissie** (2018). *A European Strategy for Plastics in a Circular Economy*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- Kennis Instituut Duurzaam Verpakken (KIDV, 2018). *KIDV Recyclecheck vormvaste kunststof verpakkingen*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **NCV** (2018). *Jaarverslag 2017*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **Henkel** (2018). *One year of successful partnership with Plastic Bank*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **KAO** (2018). *Sustainability Data Book*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **L'Oréal** (2018). *L'Oréal cofounds with Quantis the "SPICE initiative" to shape the future of sustainable packaging*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **P&G** (2017). *P&G's Head & Shoulders Creates World's First Recyclable Shampoo Bottle Made with Beach Plastic*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **Perrigo** (2018). *Corporate Social Responsibility Report*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **Rituals** (2018) *Our journey to greener practices*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **TerraCycle** (2018). *Personal Care and Beauty Recycling Program*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **UNFCCC** (2017). *Winners of 2017 UN Climate Solutions Awards Announced*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **Unilever** (2018). *Pioniersrol voor Unilever in baanbrekende voedselverpakkingstechnologie*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **World Commission on Environment and Development** (1987). *Our Common Future*. [Hier](#) verkrijgbaar.
- **World Wildlife Funds** (WWF, 2018). *Ecological Footprint*. [Hier](#) verkrijgbaar.