



RE-VRAC BELGIUM

**Economische barometer van de bulk- en
herbruikbare verpakingssector**

Editie 2025

**In samenwerking
met**



CONSOMaction

Fostplus 

Deze synthese komt voort uit de eerste Belgische economische barometer van de bulk- en herbruikbare verpakkingsector: RE-VRAC Belgium (versie 2025), en is gebaseerd op een uitgebreid rapport dat het resultaat is van een samenwerking tussen ConsomAction en Fost Plus op nationaal niveau, met als doel een barometer aan te bieden die alle domeinen met betrekking tot bulk en herbruikbare verpakkingen in heel België in kaart brengt.

Dit rapport maakt deel uit van een breder initiatief, de EU Reuse Barometer, ondersteund door New Era, Zero Waste Europe, In Off Plastic en Verpact.

1. Algemene inleiding: een strategisch kantelpunt voor verpakingsbeheer in België

Het beperken van verpakkingsafval aan de bron vormt een hoeksteen van de transitie naar een circulaire economie in België en Europa. Tegen deze achtergrond legt de nieuwe Europese Verordening Verpakking en Verpakkingsafval (PPWR) sterker dan ooit de nadruk op preventie en hergebruik van verpakkingen voor eenmalig gebruik. In dit opzicht lijken bulk- en herbruikbare verpakkingen als twee complementaire en strategische hefboomen te fungeren om de afhankelijkheid van nieuwe hulpbronnen te verkleinen, emissies terug te dringen en consumptiemodellen te stimuleren die duurzamer én veerkrachtiger zijn. **Bulk** vormt daarbij de meest directe vorm van afvalpreventie bij de bron, doordat het primaire verpakkingen elimineert nog vóór ze worden geproduceerd. **Hergebruik** daarentegen verlengt de levensduur van bestaande verpakkingen via retour- en reinigingssystemen en door circulariteit in waardeketens te professionaliseren.

RE-VRAC Belgium 2025 is de eerste benchmarkevaluatie van deze twee sectoren in België. Het gaat om een **verkennende benadering**, maar wel een die een solide methodologische en statistische basis legt om **de economische, maatschappelijke en operationele evolutie van de bulk- en herbruikbare verpakkingsector jaar na jaar op te volgen**. Het rapport verzamelt kwantitatieve gegevens (omzetcijfers, volumes, werkgelegenheid, investeringen) en kwalitatieve inzichten (percepties van bedrijven, geïdentificeerde knelpunten, suggesties voor hefboomen). Die gegevens maken het mogelijk om **knelpunten duidelijk te identificeren, potentiële versnellers te valoriseren en een beter inzicht te krijgen van het maturiteitsniveau van de sector**. Ze bieden bovendien een essentieel kader om te anticiperen op de effecten van de PPWR en nationale beleidsbeslissingen te ondersteunen.

Een meer systemische benadering, waarbij hergebruik en bulk worden gecombineerd, kan dan weer nieuw innovatiepotentieel ontsluiten: **beter inspelen op diverse klantprofielen, en zowel de milieuvoordelen maximaliseren als de economische efficiëntie van de spelers versterken**.

Tot slot heeft de barometer 2025 de ambitie om zowel huishoudelijk als industrieel hergebruik te monitoren. Hoewel de conclusies van deze editie voornamelijk betrekking hebben op huishoudelijke verpakkingssystemen, vanwege een hogere responsgraad in dit segment, blijft het industriële luik een centraal aandachtspunt voor de volgende edities.

2. De bulkmarkt: operationele maturiteit, afgeremd door vraag en logistiek

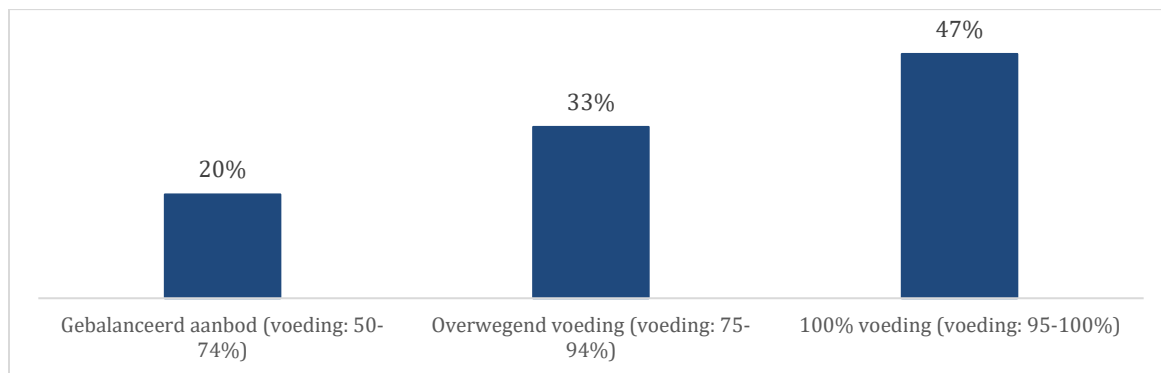
2.1. Een jonge, maar technisch stabiele sector

De Belgische bulkbedrijven vertonen een bijzonder profiel: ze zijn **jong maar operationeel matuur**. Een overweldigende meerderheid (90%) ontstond na 2010, wat wijst op een relatief recente opmars van de markt. Toch bereikt 83% van deze ondernemingen een **zeer hoog niveau van sociale maturiteit** (Social Readiness Level), wat betekent dat hun modellen volledig functioneel zijn en effectief worden gedragen door hun huidige klanten. Die snelle maturiteit is te danken aan het feit dat bulkverkoop steunt op eenvoudige technologieën, een lowtech organisatie en commerciële praktijken die geen zware industriële investeringen vereisen voor implementatie.

Uit de gegevens blijkt echter dat deze technische maturiteit zich nog niet vertaalt in economische leefbaarheid of in een significant marktaandeel binnen de Belgische distributiesector. **De structuren blijven opvallend klein: de meeste ondernemingen werken met één tot twee voltijdsequivalenten, soms aangevuld met vrijwilligers, vooral in burgercoöperaties.** De sector functioneert daardoor met maar weinig personeel, wat zowel de wendbaarheid als de kwetsbaarheid van de sector bepaalt.

2.2. Een sector die sterk wordt gedomineerd door voedingswaren

De bulkmarkt in België blijft in grote mate toegespitst op voedingsmiddelen. **Bijna de helft van de bedrijven verkoopt uitsluitend voedingsmiddelen in bulk, terwijl een derde deze categorie als hoofdactiviteit beschouwt.** De bulkmarkt voor non-food (cosmetica, huishoudproducten, vaste of vloeibare hygiëneproducten) groeit wel, maar vertegenwoordigt nog steeds een klein aandeel van de totale markt. Die sterke focus op voedingsmiddelen is te wijten aan een hogere consumentenvraag in dit segment, maar ook aan de beperktere beschikbaarheid van bulkalternatieven voor non-foodproducten.

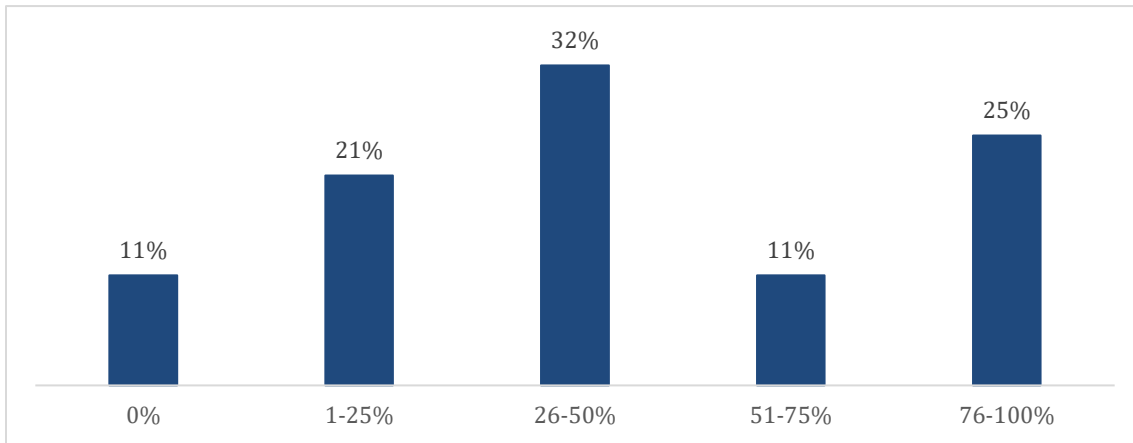


Verdeling van bedrijven volgens het type bulkreferenties
(steekproefgrootte: 29 bedrijven)

De assortimenten zijn heterogeen. Sommige winkels bieden minder dan 100 referenties, terwijl andere tussen 300 en 600 producten aanbieden. **De dominante trend laat zien dat bulk vaak een aanvulling vormt op voorverpakte producten, eerder dan een exclusief model.** Slechts een kleine minderheid van de spelers werkt volgens een volledig bulkmodel.

2.3. Lokaal aanbod: aanwezig potentieel, maar nog steeds onderbenut

Het lokale aanbod vormt een cruciaal aandachtspunt voor de industrie. **Een kwart van de bedrijven geeft aan dat 76% tot 100% van hun bulkreferenties van Belgische oorsprong is. De meeste bedrijven werken echter met veel bescheidener percentages, doorgaans van 26% tot 50%, of zelfs van 1% tot 25%.** Geïmporteerde producten blijven sterk vertegenwoordigd, zeker voor producten die niet lokaal worden geproduceerd, zoals koffie, exotische granen of bepaalde noten en zaden.



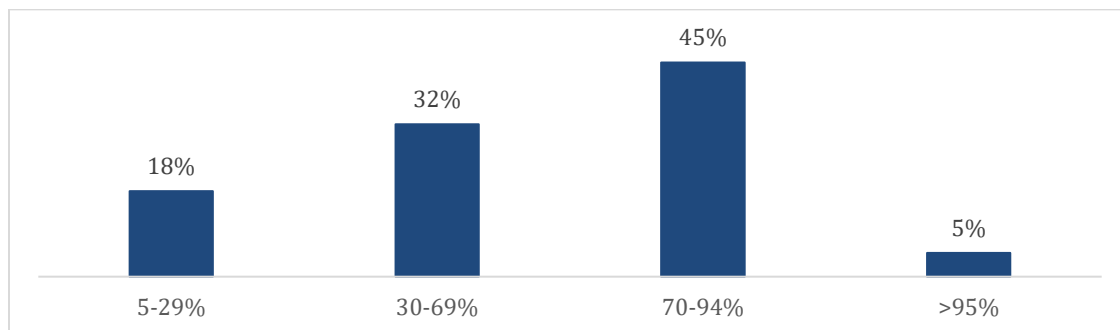
*Verdeling van bedrijven volgens het aandeel lokale (Belgische) bulkreferenties
(steekproefgrootte: 28 bedrijven)*

Wat Belgische referenties betreft, legt een meerderheid minder dan 50 km af. Dat wijst op een duidelijke voorkeur voor nabijheid, maar toont tegelijk de gefragmenteerde aard van het lokale aanbod. Bulkverkoop brengt bovendien logistieke uitdagingen met zich mee, aangezien traditionele industriële verpakkingsformaten (zakken van 25 kg, standaardcontainers) niet altijd afgestemd zijn op het bijvullen van silo's of bakken in de winkels.

2.4. Economische prestaties: een stabiele sector, maar nog beperkt in volume

De omzetcijfers blijven bescheiden. In 2024 realiseerde twee derde van de bedrijven minder dan 1 miljoen euro omzet voor het bulksegment. Toch is er wel degelijk **groei: tussen 2022 en 2024 steeg de omzet gemiddeld met 7% per jaar**, terwijl slechts 20% van de bedrijven een daling noteerde.

Bulkverkoop vormt bovendien een zeer substantieel onderdeel van het economische model van de spelers: **bijna de helft haalt 70% tot 94% van zijn inkomsten uit bulk**. Dat hoge niveau van afhankelijkheid weerspiegelt een sterk geloof in de sector, maar onderstreept tegelijk de nood aan een bredere markt om op lange termijn rendabel te blijven.



*Verdeling van bedrijven volgens het aandeel van bulkverkoop in de totale omzet
(steekproefgrootte: 22 bedrijven)*

De sector hanteert een eerder terughoudende financieringsbenadering: nauwelijks kapitaalrondes, vooral bankleningen, enkele subsidies en een toenemende rol voor crowdfunding. Deze modellen getuigen van de sterke betrokkenheid van consumenten bij bulksystemen en van een verschuivend paradigma: burgers zijn niet langer louter klanten, maar worden ook mede-actoren en soms mede-eigenaars van het economische model dat ze ondersteunen.

Die financiële soberheid wijst op een economisch zuinig en veerkrachtig model, **maar het ontbreekt aan middelen om te investeren in efficiëntere infrastructuren of grootschaligere activiteiten**.

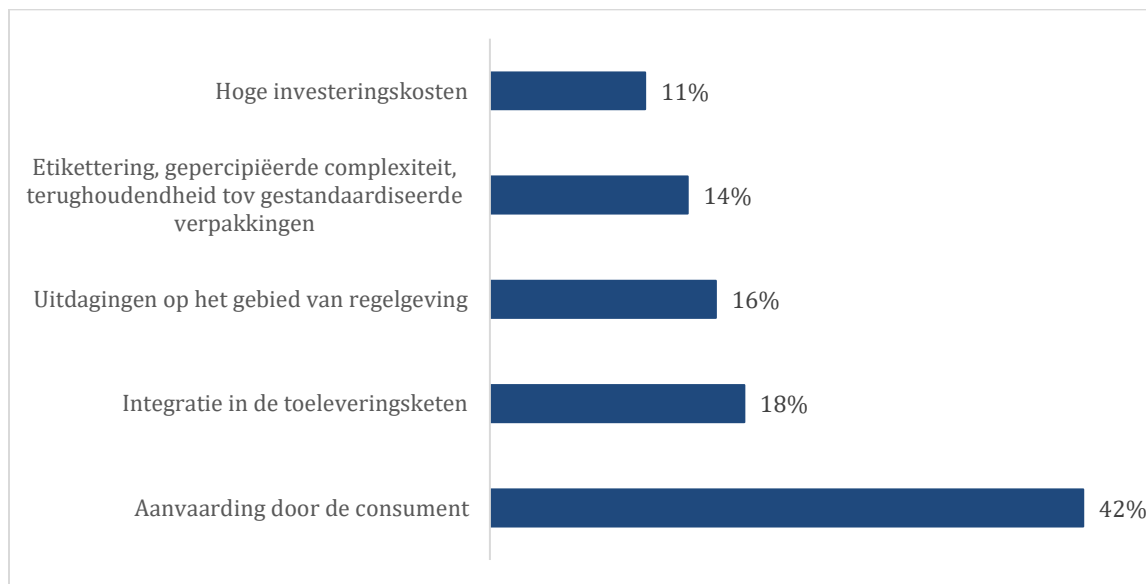
2.5. De structurerende rol van herbruikbare verpakkingen in winkels

Bijna 80% van de winkels biedt herbruikbare recipiënten voor klanten (om te voldoen aan de behoeften van klanten die mogelijk hun eigen tassen zijn vergeten of er onvoldoende bij zich hebben). Toch worden deze recipiënten **vaak zonder statiegeld** aangeboden. Het gaat dan ofwel om nieuwe recipiënten die klanten kunnen kopen – vaak aan kostprijs, voor hergebruik nadien – of om gerecupereerde verpakkingen die gratis ter beschikking worden gesteld (en die volgens de richtlijnen van het FAVV werden gereinigd). Dit verklaart mee waarom het **retourpercentage laag** blijft: 75% van deze recipiënten komt niet terug. Gemiddeld blijkt dat veel verkooppunten niet alle herbruikbare verpakkingen terugkrijgen die ze aan klanten meegeven. Om dit retourpercentage te verhogen en investeringsverlies te vermijden, zou het instellen van een statiegeldsysteem een goede praktijk zijn.

2.6. Belangrijkste obstakels volgens de bedrijven

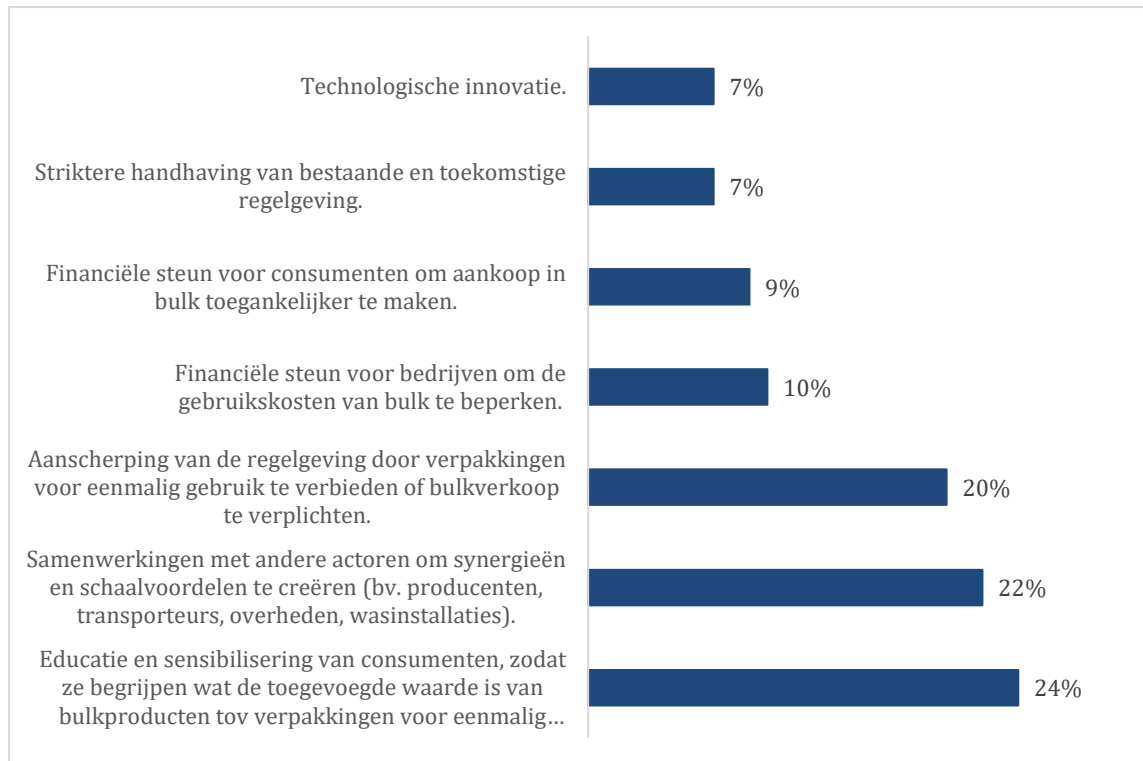
De hinderpalen voor de ontwikkeling van bulkverkoop worden door de sector zeer duidelijk benoemd:

1. **Aanvaarding door consumenten:** gebrek aan bekendheid, perceptie van een complex systeem, zorgen rond hygiëne.
2. **Logistieke beperkingen:** aanvoerformaten niet geschikt voor bulk, zware manuele handelingen, onvoldoende opslagruimte.
3. **Complexiteit van regelgeving:** etiketterings-, hygiëne- en traceerbaarheidsregels worden als vaag of weinig aangepast aan de praktijk ervaren.
4. **Investeringskosten:** voor kleine structuren blijft de opstartkost aanzienlijk.



*Belangrijkste obstakels voor de ontwikkeling van bulkverkoop
(steekproefgrootte: 27 bedrijven)*

Bedrijven benadrukken het cruciale belang van nationale sensibiliseringscampagnes en van duidelijkere regelgeving om een gelijk speelveld te creëren.



Soorten ondersteuning die als meest waardevol worden beschouwd door bedrijven om hun bulkverkoopactiviteiten te ontwikkelen (steekproefgrootte: 26 bedrijven)

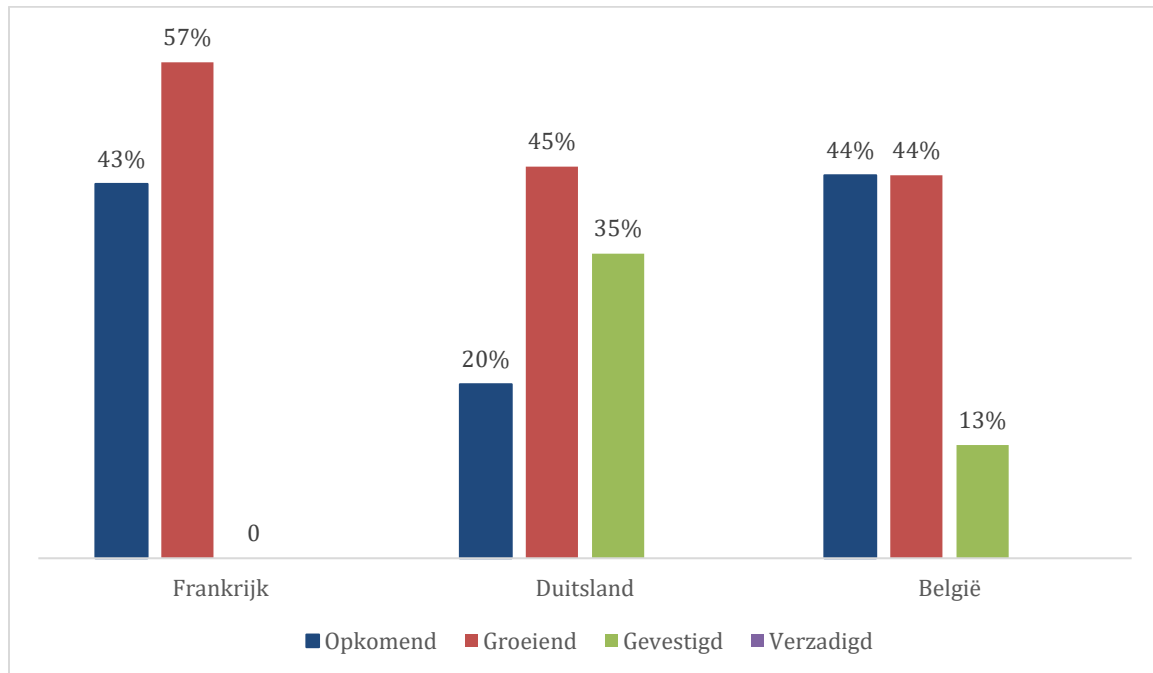
De Belgische bulksector is een geslaagde *proof of concept*, maar opereert nog op kleine schaal. De bedrijven getuigen van een conceptuele maturiteit die verder reikt dan hun commerciële draagvlak en voorspellen een gestage groei – tenzij er systeemveranderingen plaatsvinden.

3. De hergebruikmarkt: een omgekeerde dynamiek, gedragen door infrastructuur, maar afgeremd door de vraag

3.1. Een sector die steunt op een stevig historisch fundament

In tegenstelling tot bulkverkoop heeft **hergebruik een zeer solide historische basis in België, vooral binnen de drankensector**. Al decennialang maakt statiegeld op bier- en frisdrankflessen deel uit van de Belgische consumentenreflexen. Het land behoort tot de Europese koplopers wat het aantal herbruikbare verpakkingen per inwoner betreft. In 2024 waren herbruikbare verpakkingen goed voor 43% van alle huishoudelijke verpakkingen die op de markt werden gebracht (in gewicht), waarvan het overgrote deel afkomstig was uit de drankenindustrie (bron: Fost Plus).

Ook in de industriële sector is hergebruik dominant: 83% van de commerciële en industriële verpakkingen op de markt is herbruikbaar (en dat cijfer stijgt zelfs naar 92% wanneer karton buiten beschouwing wordt gelaten). Dit opmerkelijke niveau illustreert een logistieke maturiteit die in Europa zelden voorkomt.



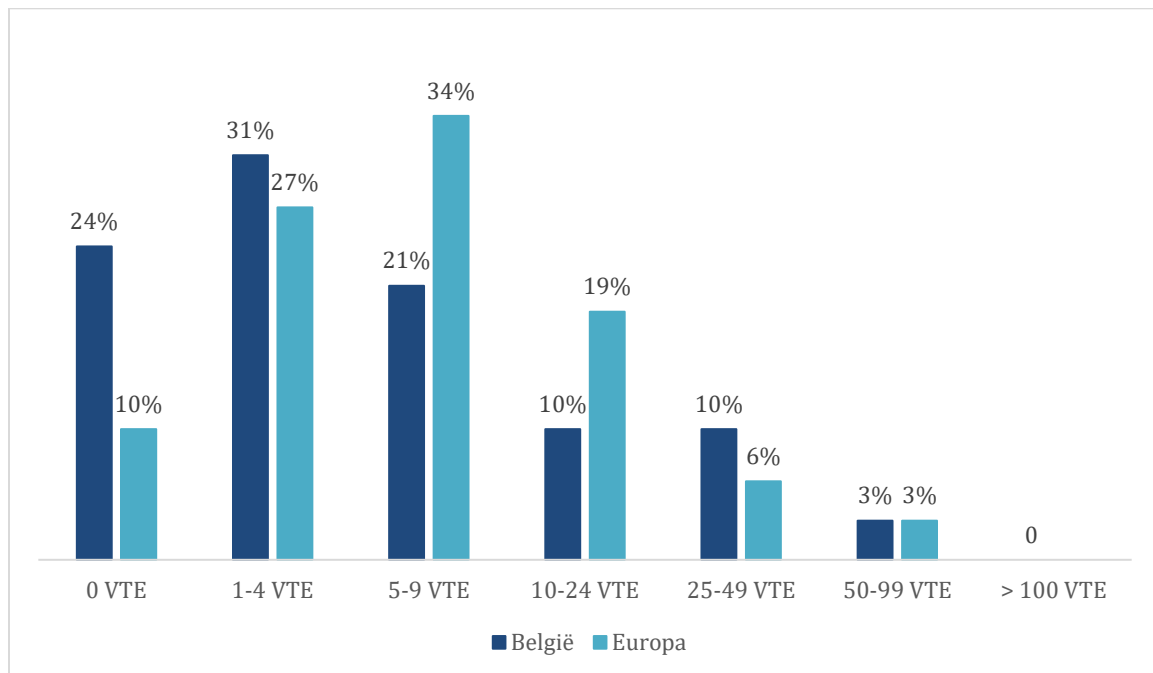
*Perceptie van de maturiteit van de industrie van herbruikbare verpakkingen
(steekproefgrootte: 16 bedrijven gevestigd in België, 30 in Frankrijk, 20 in Duitsland; landen met de meeste antwoorden)*

De bevroagde bedrijven beschouwen hun markt als relatief vooruitstrevend: **België is, na Duitsland, het land waar de industrie van herbruikbare verpakkingen het vaakst wordt omschreven als “groeiend” of “gevestigd”**. Dat weerspiegelt een hoog niveau van vertrouwen binnen de sector.

3.2. Een ecosysteem met diverse actoren, maar nog kleinschalig wat innovatieve projecten betreft

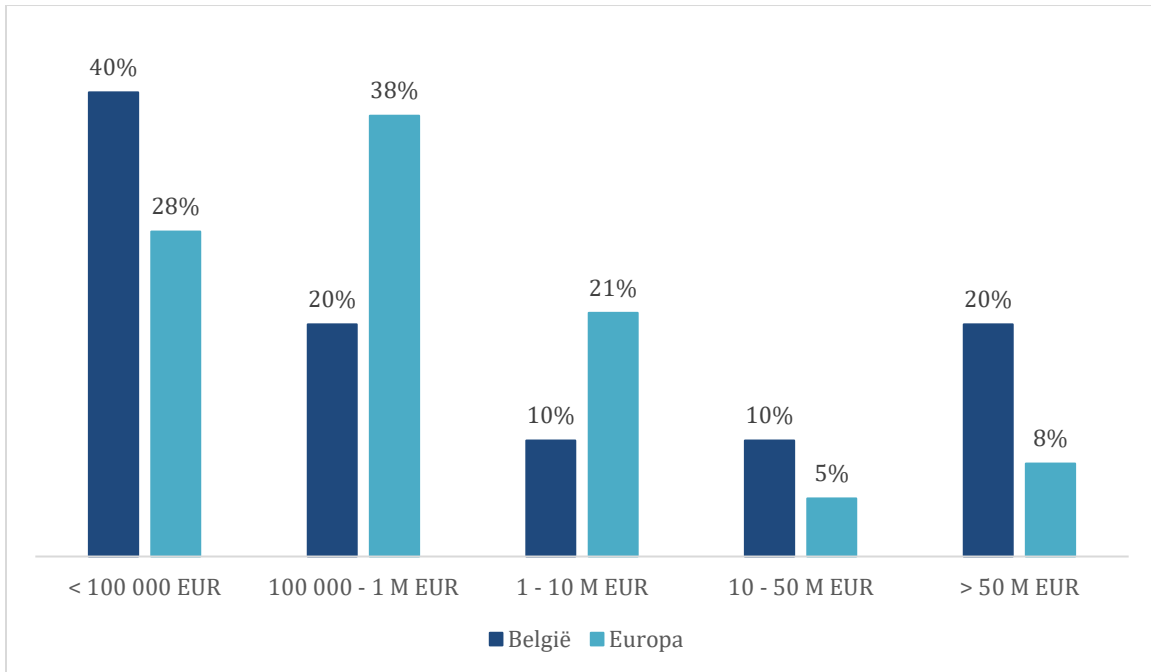
De 36 bevroegde bedrijven tonen een **grote diversiteit: start-ups rond hergebruik in de horecasector, transportbedrijven, oplossingen voor herbruikbare verpakkingen in e-commerce, wascentra en producenten of distributeurs die experimenteren met herbruikbare assortimenten**. Ondanks deze diversiteit blijven de meeste bedrijven bescheiden in omvang, met minder dan vijf werknemers die specifiek aan hergebruik werken.

Die versnippering beperkt nog steeds de capaciteit om te investeren in zware infrastructuur (wascentra, digitale traceerbaarheidssystemen, logistieke platformen).



Verdeling van bedrijven volgens het aantal geplande VTE-aanwervingen in de komende twee jaar voor hergebruikactiviteiten (steekproefgrootte: 31 bedrijven actief in België, 92 in Europa)

Uit de gegevens blijkt dat de **bevraagde Belgische bedrijven een hogere hergebruikgerelateerde omzet rapporteren dan het Europese gemiddelde**: de hoogste omzetklassen zijn oververtegenwoordigd in de steekproef, wat opnieuw het meer gevestigde profiel van de respondenten bevestigt.



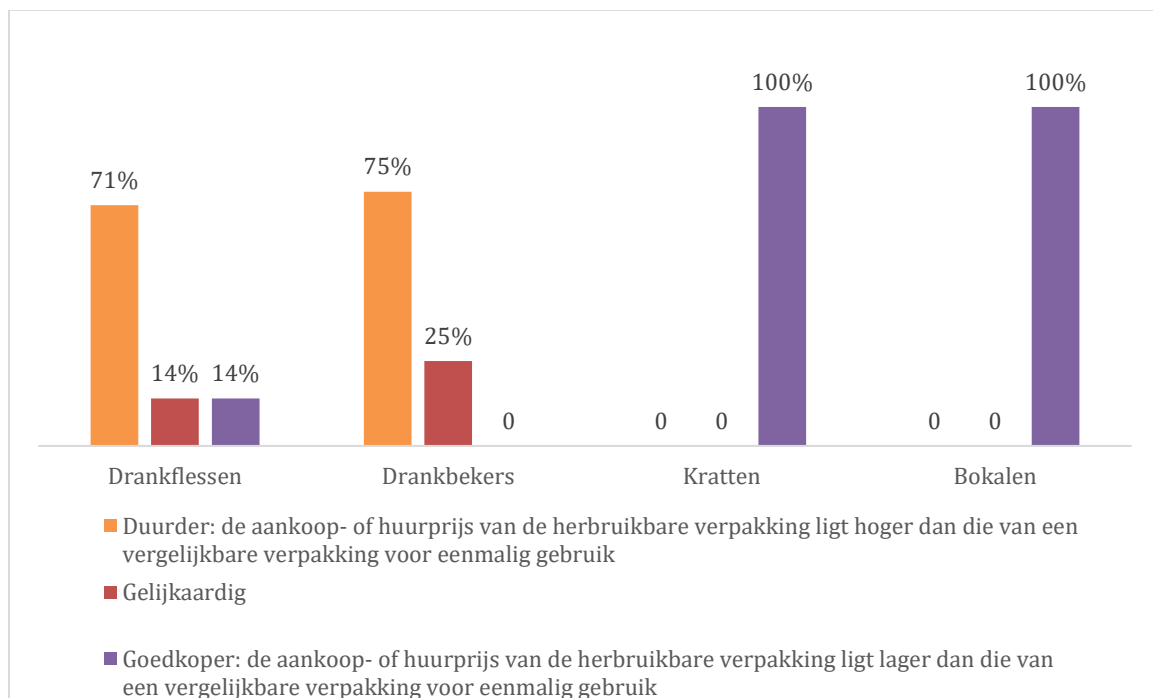
*Verdeling van bedrijven volgens omzet gegenereerd door activiteiten met herbruikbare verpakkingen in 2024
(steekproefgrootte: 10 bedrijven actief in België, 39 in Europa)*

3.3. De kost van hergebruik: een belangrijke rem en tegelijk een bron voor innovatie

Voor de meeste verpakkingsformaten ligt de kostprijs van herbruikbare verpakkingen hoger dan die van verpakkingen voor eenmalig gebruik. Dat heeft meerdere oorzaken:

- gebrek aan schaalvoordelen in de productie
- reinigingskosten
- kosten voor retourtransport
- verlies van niet-geretourneerde verpakkingen
- de geringe prijs van wegwerpartikelen

Voor herbruikbare glazen flessen, vooral de kleinere formaten (33 cl), blijft de rendabiliteit complex zolang de volumes niet hoog genoeg zijn.



Vergelijking van de aankoopprijs voor bedrijven in vergelijking met gelijkwaardige eenmalige verpakkingen (steekproefgrootte: 8 bedrijven met meer dan 13 soorten verpakkingen)

Toch **tonen verschillende casestudy's aan dat standaardisatie en samenwerking een belangrijk hefboom kunnen vormen om sneller economische haalbaarheid te bereiken, onder meer dankzij een vereenvoudigde logistiek.** Voorbeelden zoals Euro Plant Tray (sierteeltsector) of Maria & Franz (herbruikbare bokalen in supermarkten) bewijzen dat sectorstandaardisering, het delen van verpakkingen en gedeelde logistiek cruciale hefbomen zijn om hergebruik competitief te maken.

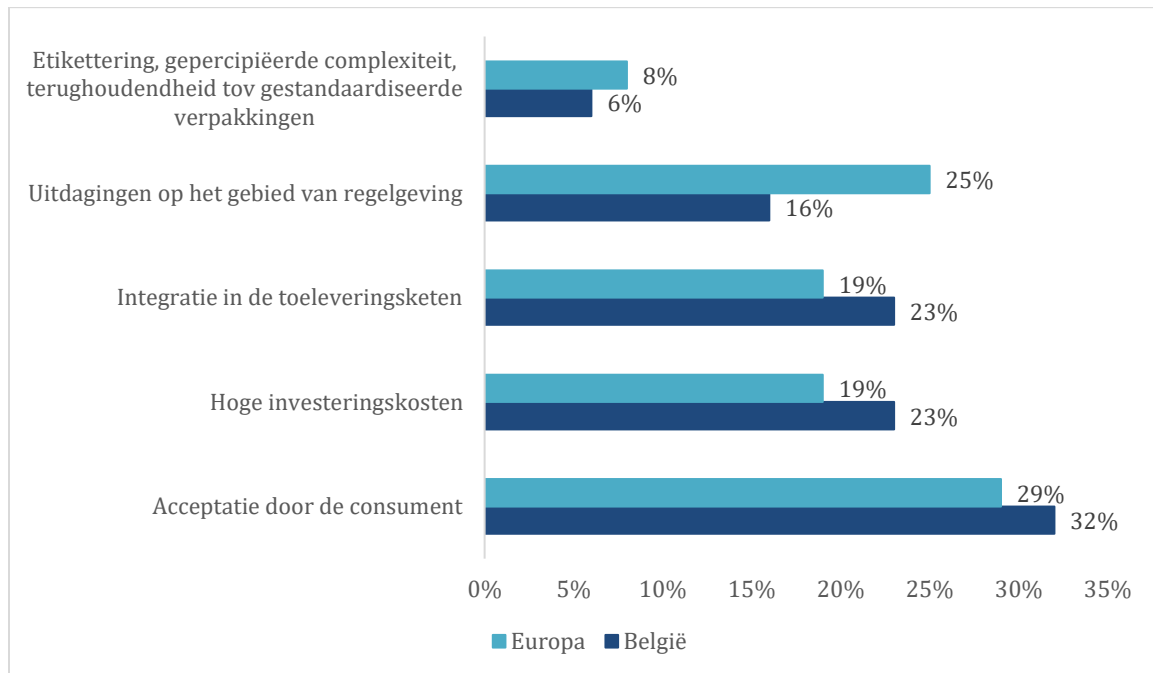
3.4. Verscheidenheid aan systemen: van gesloten tot open circuit

De hergebruiksystemen worden, naargelang de sector, op verschillende manieren georganiseerd. In **gesloten** circuits, zoals het gebruik van herbruikbare bekertjes op universiteitscampussen of op evenementen, liggen de retourpercentages hoog en is het beheer eenvoudiger. In **open** systemen, zoals herbruikbare flessen die in de detailhandel worden verkocht, is de logistiek complexer en is de voorspelbaarheid van retourstromen geringer, waardoor het moeilijker is om de kosten volledig te recupereren.

3.5. Verwachtingen van de sector

De respondenten vragen de volgende elementen als hefboomen voor vooruitgang:

- **standaardisering van verpakkingen en processen**
- **versterking van de infrastructuur**
- **stimulering van de consumentenvraag**
- **duidelijkheid over de vereisten van de PPWR**



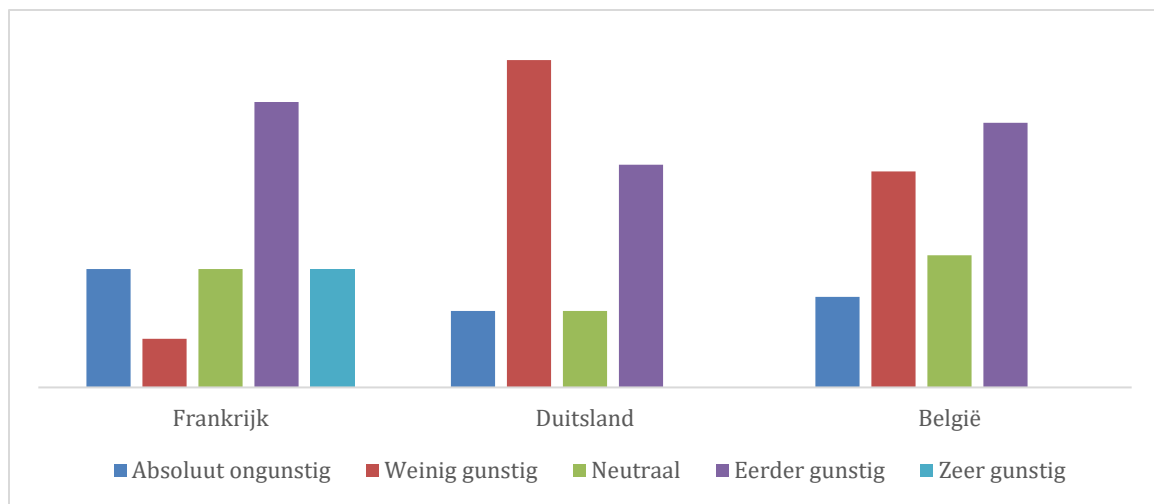
Belangrijkste obstakels voor de opschaling van herbruikbare verpakkingsopties per activiteitssector (steekproefgrootte: 15 bedrijven gevestigd in België en 101 in Europa)

4. Het regelgevingskader: een kans, maar ook een bron van onzekerheid

4.1. Huidige perceptie van de bedrijven

De bevroagde bedrijven vinden het Belgische regelgevingskader **ontoereikend, instabiel** of **te vaag** om een ambitieuze groei van bulk te ondersteunen. **Ook voor hergebruik is het beeld onder de respondenten gemengd.** Onder de Belgische respondenten: 38% omschrijft het nationale regelgevingsklimaat als “eerder gunstig”; 44% noemt het “neutraal” tot “weinig gunstig”.

Slechts een kleine minderheid is van mening dat het huidige beleid daadwerkelijk bijdraagt aan preventie of hergebruik.



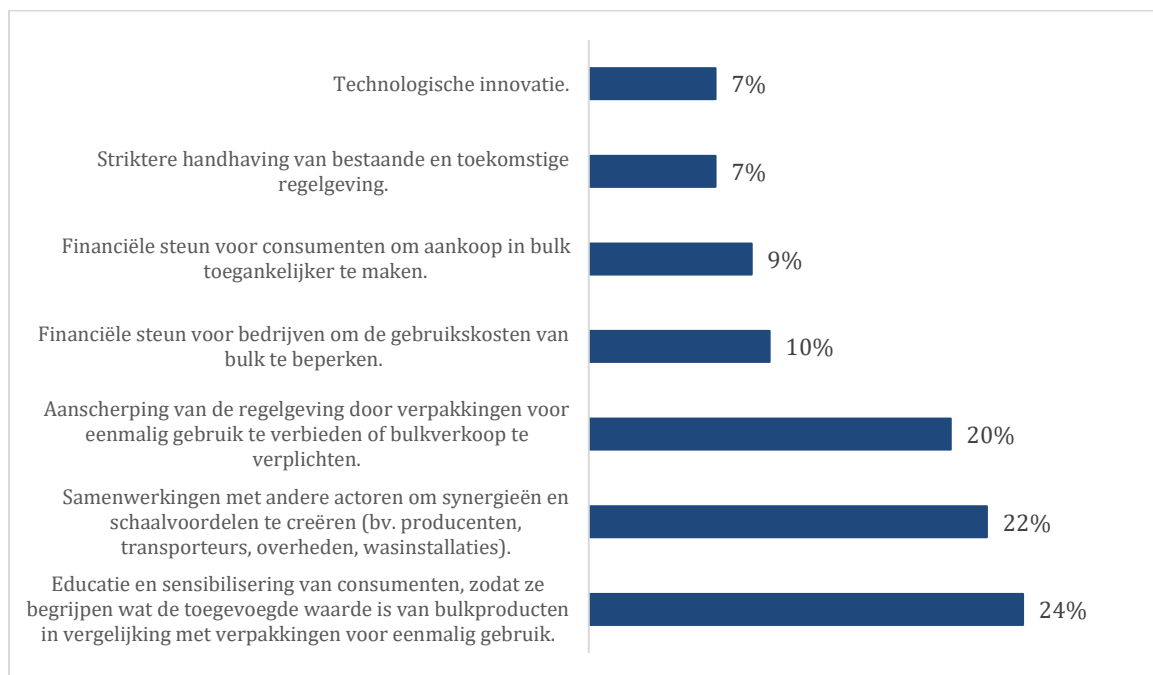
Waargenomen niveau van steun vanuit het nationale regelgevingskader voor de industrie van herbruikbare verpakkingen (steekproefgrootte: 16 bedrijven in België, 29 in Frankrijk, 19 in Duitsland)

De PPWR wordt met voorzichtigheid beoordeeld: het wordt erkend als een bron van nieuwe kansen, maar de praktische implementatie blijft onzeker, vooral omdat bulkverkoop niet expliciet als juridisch mechanisme in het voorstel is opgenomen.

4.2. De voornaamste verwachtingen om de sector leefbaar te maken

De bedrijven in de bulksector formuleren een aantal uitgesproken verwachtingen:

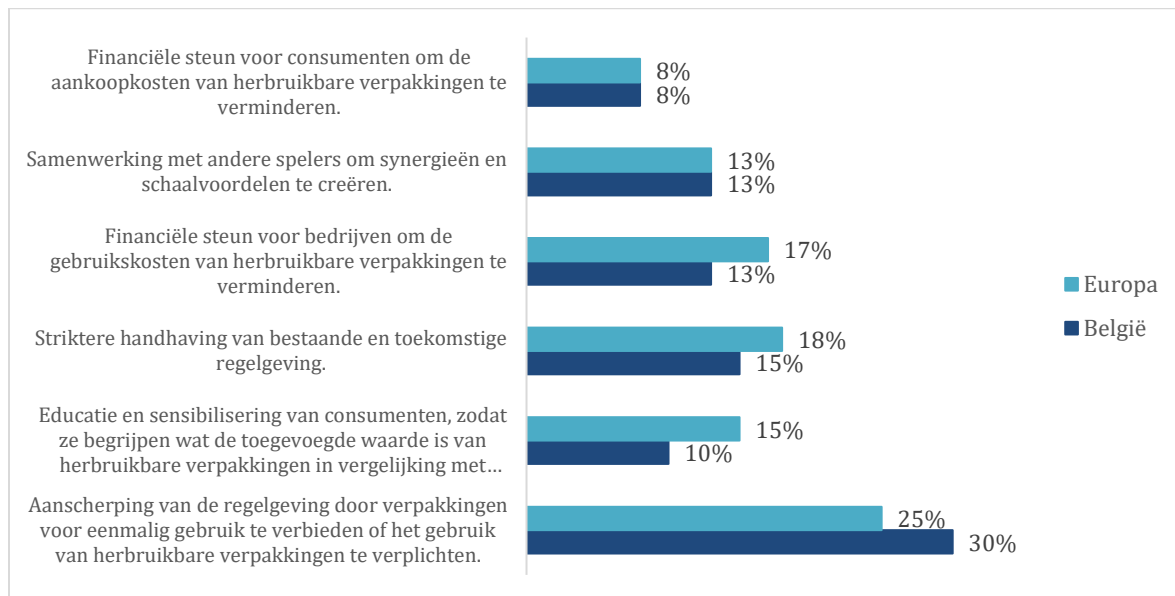
1. De uitrol van **educatie- en sensibiliseringsprogramma's**, zodat consumenten beter begrijpen welke meerwaarde bulk biedt en deze praktijk breder ingang vindt.
2. De behoefte aan nauwere samenwerking met andere betrokken partijen, waaronder producenten, transporteurs en overheidsinstanties, om een **gedeelde logistiek en schaalvoordelen** te ontwikkelen.
3. Strengere **regelgeving die verpakkingen voor eenmalig gebruik verbiedt** of systemen voor bulkverkoop verplicht maakt, om zo eerlijke concurrentievoorwaarden te creëren.
4. De nodige **ondersteuning om de operationele kosten te verminderen**.
5. **Stimuli voor consumenten**, zodat aankopen in bulk aantrekkelijker worden.



Soorten ondersteuning die als meest waardevol worden beschouwd door bedrijven om hun bulkverkoopactiviteiten te ontwikkelen (steekproefgrootte: 26 bedrijven)

Voor de hergebruikbedrijven liggen de verwachtingen hoofdzakelijk op vier fronten:

1. **Uitbreiding van retourinfrastructuren:** e-commerce en retailspelers voorzien nieuwe inzamelnetwerken. Voorbeeld: een bedrijf plant de uitrol van 'gratis afgiftepunten met retourcollectie', evenals meer competitieve retournetwerken om de kosten voor klanten te verlagen.
2. **Versterking van logistieke systemen:** spelers benadrukken dat robuuste oplossingen voor retourlogistiek doorslaggevend zullen zijn. Zoals een producent het verwoordt: "Het ontwikkelen van een sluitende oplossing voor retourlogistiek zal het succes van herbruikbare verpakkingen bepalen".
3. **Intelligente traceerbaarheid:** technologie staat hoog op de agenda. Horecaspelers verwijzen naar "intelligente systemen" voor geautomatiseerd traceren en beheren.
4. **Standaardisering:** distributeurs plannen een toenemende standaardisering van verpakkingen (bv. gestandaardiseerde flessen) om hergebruikscycli te vereenvoudigen.



*Vormen van steun die als meest waardevol worden beschouwd voor bedrijven die actief zijn op het gebied van hergebruik
(steekproefgrootte: 14 bedrijven in België en 100 in Europa)*

Bedrijven uit alle sectoren verwachten de komende vijf jaar een sterke groei van hergebruik en investeren nu al in een aantal innovatiegebieden. Prioriteiten zijn onder andere de **uitbreiding van retourinfrastructuren**, de **versterking van retourlogistiek**, de ontwikkeling van **intelligente traceerbaarheidssystemen**, en de **standaardisering van verpakkingen** om hergebruikscycli te vereenvoudigen.

Deze dynamiek is veelbelovend, maar sommige bedrijven – vooral in meer gevestigde sectoren – zien de vraag nog steeds moeizaam toenemen. De meeste bevinden zich nog in een **vroeg stadium**, met winstgevendheid die binnen 1-3 jaar wordt verwacht, wat de noodzaak onderstreept van **gerichte ondersteuning** om hun overgang veilig te stellen en de leefbaarheid van de sector op de lange termijn te consolideren.

5. Strategische analyse: een structurele complementariteit tussen bulk en hergebruik

Uit deze bevraging blijkt dat de milieu-impact van bulk en hergebruik afhangt van de uitbouw van volledig geïntegreerde ketens. Het rapport toont duidelijk aan dat bulk en hergebruik twee complementaire en niet onderling verwisselbare hefboomen zijn. Bulk voorkomt de productie van verpakkingen en vermindert de hoeveelheid afval. Hergebruik optimaliseert de milieu-impact van verpakkingen wanneer deze wél nodig zijn.

Alleen bulk aanbieden of herbruikbare verpakkingen beschikbaar stellen volstaat niet: het is cruciaal dat verpakkingen doorheen de volledige toeleveringsketen circuleren en dat er efficiënte inzamel- en reinigingsinfrastructuren beschikbaar zijn.

Beide sectoren hebben elkaar nodig om hun volledige potentieel te bereiken:

- bulk die steunt op wegwerpverpakkingen aan de bron leidt niet tot een daadwerkelijke afvalvermindering.
- hergebruik dat niet is ingebed in een bredere strategie voor het verminderen van verpakkingen garandeert geen toereikende daling van de afvalproductie.

De convergentie tussen bulk en hergebruik vormt daarom een **strategische sleutel** voor de Belgische transitie. Een meer systemische benadering, waarbij hergebruik en bulk worden gecombineerd, kan dan weer nieuw innovatiepotentieel ontsluiten: beter inspelen op diverse klantprofielen en tegelijk de milieuvoordelen maximaliseren en de economische efficiëntie van de spelers versterken.

6. Conclusie: een industrie in langzame transitie, maar boordevol potentieel

België beschikt over een unieke dubbele hefboom:

- een bulksector die operationeel **matuur is, maar nog beperkt wordt door de vraag.**
- een hergebruiksector die **infrastructureel gezien sterk staat, maar nog niet wijdverspreid is.**

Het transformatievermogen is aanzienlijk. Het versnellen van bulk en hergebruik kan van België een **Europese koploper in circulaire distributie** maken, op voorwaarde dat er standaardiseringsmaatregelen en processen worden ingevoerd, logistieke ondersteuning wordt voorzien en tegelijk de vraag en het engagement van consumenten worden versterkt.

Het welslagen van deze transitie vergt coherentie van het volledige ecosysteem: producenten, distributeurs, overheden en consumenten moeten gezamenlijk stappen zetten richting Refuse, Reuse en Recycle (weigeren, hergebruiken en recycleren) – in exact die volgorde van preventie.

De bulk- en hergebruiksectoren zijn operationeel matuur in bepaalde segmenten, maar blijven nationaal gezien nog opkomende markten. Hun verdere ontwikkeling is gebaseerd op het consolideren van infrastructuren, het standaardiseren van verpakkingen en processen, het stimuleren van de vraag van consumenten en het bieden van wettelijke ondersteuning. Indien deze voorwaarden worden vervuld, kan de Belgische markt evolueren naar een meer circulaire, duurzame en economisch leefbare economie.

Dankwoord

Deze barometer is tot stand gekomen dankzij de actieve deelname van bedrijven uit de bulk- en hergebruiksector, die we hartelijk willen bedanken voor hun tijd en de waardevolle kwalitatieve bijdragen. Hun inzet en praktijkervaring maakten het mogelijk een nauwkeurig en genuanceerd beeld te schetsen van de ontwikkeling van bulkverkoop in België. Dank voor jullie vertrouwen!

Deze publicatie is mogelijk gemaakt dankzij de samenwerking en financiering van ConsomAction, Zero Waste Europe, New ERA en Planet Reuse, en is gerealiseerd door InOff Plastic. Het Reuse-onderdeel van deze barometer kwam tot stand met de steun van Fost Plus.



Over Fost Plus

Sinds 1994 versnelt Fost Plus de transitie naar duurzaam verpakkingsbeheer. De burger staat centraal in een aanpak die moet vermijden dat grondstoffen afval worden. Fost Plus zet daartoe efficiënte structuren op om altijd en overal correct te sorteren, verbetert samen met zo'n 5.000 leden verpakkingsontwerp met het oog op betere recyclage en herdenkt de manier waarop we met z'n allen met (verpakkings)materialen omgaan.

Fost Plus werkt nauw samen met burgers, bedrijven, overheden en experts om de huishoudelijke verpakkingen die door haar leden op de markt gebracht worden, in te zamelen en te recyclen. Zo biedt de organisatie invulling aan de Uitgebreide Productenverantwoordelijkheid van haar leden. 60 toegewijde collega's engageren zich om gedrag te beïnvloeden zodat de impact van onze manier van produceren en consumeren op het milieu zo laag mogelijk blijft. Door duurzame materiaalketens te bouwen, draagt Fost Plus bij aan een betere samenleving en een schonere leefomgeving voor iedereen.

Over ConsomAction

ConsomAction is de Belgische federatie van bedrijven die zich inzetten voor verantwoord consumeren en de transitie naar de circulaire economie. Daartoe behoren de sectoren van bulkverkoop en hergebruik van verpakkingen, ethiek en duurzaamheid. De organisatie zet zich in voor en sensibiliseert rond het behoud van grondstoffen, maar ook de vermindering van afval en verspilling. Ze begeleidt en adviseert marktspelers, zowel in de voedingssector als daarbuiten, om verantwoorde praktijken te ontwikkelen die aansluiten bij hun gemeenschappelijke en individuele belangen. Daarnaast bundelt ze de belangen van de verschillende sectoren en fungeert ze als hun spreekbuis. Ze brengt lokale actoren met elkaar samen en maakt "Consom'Actie" voor iedereen toegankelijk. Daarbij staat respect voor de hele waardeketen, van producent tot consument, van verpakking tot inhoud, centraal.

ConsomAction is de Belgische federatie van professionals binnen de sectoren van bulkverkoop, hergebruik, duurzame consumptie en circulaire economie. Wij brengen winkels, leveranciers, producenten, dienstverleners en de horeca samen en werken met hen toe naar een lokaal, ethisch en milieuvriendelijk model. Samen klinkt onze stem luider, maar ook geloofwaardiger en kunnen wij onze productie- en consumptiegewoontes duurzamer maken.

Contactpersonen

ConsomAction asbl

www.consomaction.be

Sylvie Droulans, directrice

+ 32 498 58 47 44

Fost Plus

www.fostplus.be

Anne Poggepohl, expert Reduce & Reuse

+ 32 492 89 52 82

Met steun van Wallonië en Leefmilieu Brussel.



bruxelles
environnement
leefmilieu
brussel
.brussels