



ACTIEPLAN TOEPASSEN KUNSTSTOF
RECYCLAAT AFGEROND

CIRCULAIRE GRONDSTOFFEN HEBBEN DE TOEKOMST

In het Rijksbrede Programma Circulaire Economie is het doel gesteld om in 2050 volledig circulair te zijn. Over negen jaar moet dat doel al voor de helft zijn bereikt. Is dat haalbaar? En hoe? Het Actieplan Toepassen Kunststof Recycelaat geeft aan wat nodig is.

TEXST Gerard Molenaar FOTO Pim Ras

Nog negen jaar om 50% circulair te zijn. Siem Haffmans van Partners for Innovation weet dat alle partners in de kunststofketen veel moeten doen om dat te bereiken. Het "trekkersteam" (zie kader) van de Transitie-agenda Kunststoffen schakelde Partners for Innovation in om een actieplan te schrijven. Het Actieplan Toepassen Kunststof Recycelaat is inmiddels afgerond en de boodschap is dat de inzet van recycelaat de keten moet sluiten. Concreet betekent dit dat in 2030 50% van de grond-

stoffen circulair moet zijn. Dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Hoe ga je dat bereiken? 'Er wordt op dit moment 250 kiloton kunststofrecycelaat ingezet en het doel is ca. 1000 kiloton in 2030', zegt Haffmans. 'Daarnaast is er een apart Actieplan gemaakt voor de inzet van biobased kunststoffen. De bottom line is dat in 2030 50% van de grondstoffen niet fossiel is. Grofweg 75% zal zijn gebaseerd op mechanische recycling en 25% op chemische recycling.'

Design for recycling

Haffmans benadrukt dat alles begint bij design. 'Bij design voor recycling of beter nog design voor sustainability, gaat het erom dat je bij het ontwerp zoveel mogelijk gerecycled materiaal gebruikt dat ook achteraf weer goed herbruikbaar is. Maar hoe krijg je de markt zo ver? Daar heeft het "trekkersteam" heldere ideeën over, die ze

ook met de staatssecretaris gaan delen. Het begint dus bij design, maar dat is niet genoeg. De marktvraag naar recycelaat moet worden aangejaagd. Daarnaast zijn er financiële incentives nodig: bedrijven moeten beloofd worden als ze verpakkingen goed recyclebaar maken. Het afvalfonds geeft daarom nu korting aan bedrijven die dat goed regelen.

Merken als voortrekkers

'Wat je natuurlijk ook nodig hebt, is merken die het goede voorbeeld geven en die zijn er gelukkig. Zo wil Coca-Cola dit jaar in Nederland alleen nog flessen inzetten uit 100% gerecycled plastic. Campina laat de kunststof dop weg van de kartonnen drankverpakkingen en Arla heeft de coating aan de buitenkant weggehaald. 7Up heeft afscheid genomen van de groene fles om de flessen beter recyclebaar te maken. Het zijn

Lees verder op pagina 27

'Je hebt ook altijd afhakers. Dat zijn de verliezers van dit decennium'



Seepje is een goed voorbeeld dat laat zien dat kunststofrecycalaat uitstekend bruikbaar is.



Appel op staatssecretaris

In een persbericht hebben NRK en PlasticsEurope een appel gedaan aan staatssecretaris Van Velthoven. Volgens beide organisaties is de doelstelling transitie kunststoffen in gevaar. NRK behartigt de belangen van de rubber- en kunststofindustrie en PlasticsEurope is de Europese belangenvereniging voor de kunststof-producerende industrie. Naast een dringend beroep op producenten en merkeigenaren doen beide organisaties een beroep op de overheid om circulair te gaan inkopen en de productie en inzet van recycalaat met adequate regelgeving te ondersteunen.

Steeds meer consumenten vinden het belangrijk, dus wie niet meedoet heeft een afbreukrisico. Merken van deze tijd nemen hun verantwoordelijkheid, vindt Haffmans.

Vervolg van pagina 25

grote merken die daarmee het goede voorbeeld geven. De brand owners moeten het nu echt gaan doen.'

Virgin '20e eeuws'

Er zijn helaas ook nog bedrijven die geen behoefte hebben om inspanningen te verrichten, om wat voor reden dan ook. 'Die zullen tekst en uitleg moeten geven: apply or explain. Als je niet meedoet, moet je kunnen uitleggen waarom je niet meedoet. Dat is wat we van de ketenpartners verwachten, want één ding is duidelijk, je kunt dit alleen bereiken door samenwerking in de keten. En bedrijven die niet meedoen lopen het risico op imago schade. En dat biedt dus juist ook een kans voor innovatieve merken, want je kunt je nu heel positief onderscheiden door op het gebied van recycleerbaarheid het voortouw te nemen. Steeds meer consumenten vinden het belangrijk, dus wie niet meedoet heeft een afbreukrisico. Merken van deze tijd nemen hun verantwoordelijkheid, vindt Haffmans. 'Virgin materiaal is zo 20e-eeuws. Circulaire grondstoffen hebben de toekomst.'

Actiepunten

Het begint bij het stimuleren van de vraag, door met merken in gesprek te

gaan. Maar als de vraag stijgt, dan moet er ook aanbod zijn. Er moet dus meer en beter worden ingezameld en gesorteerd. Mechanische recycling moet steeds beter worden. Maar een stap die zeker ook gemaakt zal moeten worden, is toename van chemische recycling van "moeilijke" stromen, omdat 100% recycling mechanisch niet haalbaar is. Van al deze stappen is ketensamenwerking ook een heel belangrijke. Verpakkingsproducenten, retailers, groothandels en recyclers moeten samenwerken en een standaard zetten. Als voorbeeld noemt Haffmans de vleeschalen die er in diverse kleuren zijn om kip, varkensvlees, vis en rundvlees te onderscheiden. Dat kan ook anders opgelost worden, bijvoorbeeld met een gekleurde sticker of print op de folie, zodat alle schalen gelijk kunnen zijn.'

Koplopers en afhakers

De al genoemde financiële prikkel is volgens Haffmans voor de koplopers niet nodig, maar voor het grote peloton wel. 'En je hebt ook altijd afhakers. Dat zijn de verliezers van dit decennium. Om in wielersporttermen te blijven: die worden gelost.' Voor Haffmans is het belangrijk dat iedereen stopt met naar elkaar wijzen. Als ketenschakels gaan samenwerken is het haalbaar. Je kunt wel naar een ander wijzen, maar de vraag is: wat doe je zelf?'



'De brand owners moeten het nu echt gaan doen.'

Actieve regie

Erik de Ruijter, directeur beleid bij NRK, verwacht ook actie van de overheid. 'Willen we de doelstellingen halen, dan is een actieve regie van zowel de Nederlandse overheid als de Europese Unie noodzakelijk. Ook moet er meer aandacht zijn voor de inzameling en recycling van lang-cyclische producten. Herijking van de wet- en regelgeving voor inzet van recycalaat voor voedselcontactverpakkingen is dringend nodig. Dat vraagt om zorgvuldige én vooral snellere procedures. De noodzakelijke investeringen zijn fors, daar moet een helder toekomstbeeld tegenover staan.' Duidelijk is dat samenwerking tussen alle ketenpartners en de overheid een voorwaarde is om de doelstellingen te halen. Het kan, denkt Haffmans, maar dan is nu actie vereist.

Trekkersteam

Het "trekkersteam" bestaat uit Erik de Ruijter (NRK), Mireille Kinket (Polymer Science Park), Wilma van Hunnik (Ministerie IenW), Jan Kohl (RWS /Doorbraak-project), Marjon Jansen (RWS/Transitieagenda), Ad Broeckx (NRK Recycling), Rolf Teunis (Provincie Overijssel), Paul Rotteveel (IKEA) en Theo Stijnen (PlasticsEurope Nederland).