

MINDER AFVAL PRODUCEREN IN MIJN VOEDINGSWINKEL/HORECAZAAK

GIDS VOOR INTERNE EN EXTERNE COMMUNICATIE



EDITIE 2022



ZÉRO DÉCHET



ZERO AFVAL

Inhoud

I.	Inleiding	2
II.	Interne communicatie	4
III.	Externe communicatie	7
1.	Context	7
2.	Voedings- en horecazaken	7
a.	Algemene communicatie ten aanzien van uw klanten	7
b.	Zet uw leveranciers in de schijnwerpers	11
3.	Voedingswinkels	12
4.	Horeca	14
IV.	Referentieoverzicht van gegevens over de voordelen van minder afval	16
1.	Politiek	17
2.	Gezond verstand	17
3.	Gevolgen van afval voor de gezondheid en het milieu	18
4.	Vergelijking van de effecten op het milieu	18
5.	Financiële voordelen	19

I. Inleiding

De eerste stap is gezet. U hebt beslist om in uw zaak minder afval te produceren, en alle praktische tips en trucs geraadpleegd om van start te gaan.

Fantastisch! Een goed begin is het halve werk.

De volgende stap is uw medewerkers, leveranciers en klanten aansporen om mee te doen.

Deze communicatiegids is bedoeld voor alle handelszaken die in hun dagelijkse activiteiten minder afval willen produceren. Hiermee kunt u de voordelen van dit initiatief het best illustreren: **minder vuilbakken en voedselverspilling** in de zaak EN bij uw klanten, **goed voor het milieu, minder kosten** voor wegwerpverpakkingen, een **beter bedrijfsimago**, een aanbod van **innovatieve producten, steun aan een snel groeiende sector, klantenbinding** bij een belangrijk segment en de opzet van een **gemeenschappelijk project**.

Om van uw project een succes te maken, raden we u aan om deze gids helemaal te lezen, zodat u een duidelijk beeld krijgt van wat u met een goede communicatie kunt bereiken en welke verschillende aspecten daarin aan bod moeten komen. Deze gids is vooral bedoeld om u bij uw communicatie te inspireren, door u een reeks van verschillende oplossingen aan te reiken die u kunt aanpassen aan uw doelgroep, zodat u efficiënt kunt communiceren, op maat van uw behoeften.

Aan het einde van deze gids is een referentieoverzicht met wetenschappelijke gegevens opgenomen, zodat u uw klanten aan de hand van treffende cijfers kunt sensibiliseren en uw communicatie met wetenschappelijke inzichten kunt aanvullen.

Enkele cijfers over huishoudelijk afval in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Gemiddeld genereerde een inwoner van Brussel in 2019 zo'n 285 kg aan huishoudelijk afval (bron: [Leefmilieu Brussel](#)).

Een Brussels gezin van 4 personen werpt jaarlijks **114 kg afval** van huishoudelijke plastic verpakkingen weg.

Ter vergelijking: een 'zero-afvalgezin' van vier kan zijn jaarlijkse hoeveelheid afval terugdringen tot slechts **één bokaal per jaar!** (Bron: [Greenevelien](#))

HUISHOUDELIJK AFVAL IN HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST



II. Interne communicatie

Doelstelling: uw medewerkers motiveren en helpen om de boodschap over te brengen aan uw klanten

Uw team is de ambassadeur bij uitstek voor uw afvalverminderingproject!

Uw medewerkers maken het gemakkelijker om de **voorgestelde oplossingen toe te passen**, met aandacht voor economische, sociale en ecologische belangen. Ze **moedigen klanten aan** om minder afval te produceren en door hun constante aanwezigheid zorgen ze ervoor dat klanten gemotiveerd blijven.

Wij raden u dan ook aan **om in te zetten op het groepsgevoel bij uw team: iedereen werkt mee aan een project** rond gemeenschappelijke waarden. De **algemene voordelen van minder afval** spreken iedere medewerker aan om ten minste een van de volgende redenen:

- minder vuilbakken en voedselverspilling voor de zaak EN de klant = minder kosten en tijd besteed aan afvalbeheer,
- goed voor het milieu,
- minder kosten van wegwerpverpakkingen voor de zaak en dus voor de klant,
- beter bedrijfsimago,
- klantenbinding en klantvriendelijkheid,
- innovatief project: wees voor op uw tijd!
- en nog tal van andere... Lees de gegevens in het referentieoverzicht hierna.

Om de boodschap goed bij uw medewerkers over te brengen, brengt u het onderwerp 'minder afval' best **van in het begin van het project ter sprake in uw teamvergaderingen**. Zo kunt u van gedachten wisselen over het project, over eventuele zorgen, informatie verstrekken, vragen van klanten en operationele struikelblokken bespreken, maar ook achterhalen wat iedereen persoonlijke motivering is.

Dankzij al deze gesprekken kunnen er samen aangepaste en/of innovatieve oplossingen worden bedacht rond goede praktijken die uitgaan van het hele team.

"Willen jullie nieuwe praktijken uitproberen zodat we onze activiteiten milieuvriendelijker kunnen maken?"

"Willen jullie een beter contact met de klant én tegelijkertijd minder tijd besteden aan afvalbeheer?"

"Wie al boodschappen heeft gedaan met eigen verpakkingen: hoe zou je zelf graag onthaald willen worden?"

"Wat is de eerste maatregel die jullie uitgevoerd zouden willen zien worden? Laten we die x weken testen om te kijken of het werkt!"

"Hoe kan ik jullie helpen om jullie werk aan de toonbank met snijwaren makkelijker te maken en tegelijkertijd aan de klant te vragen zijn eigen herbruikbare verpakkingen mee te brengen?"

"Laten we morgen samen eens bekijken wat we allemaal kunnen verbeteren in de afdeling droge bulk."

"Hoe kan ik je helpen om dat te bereiken?"

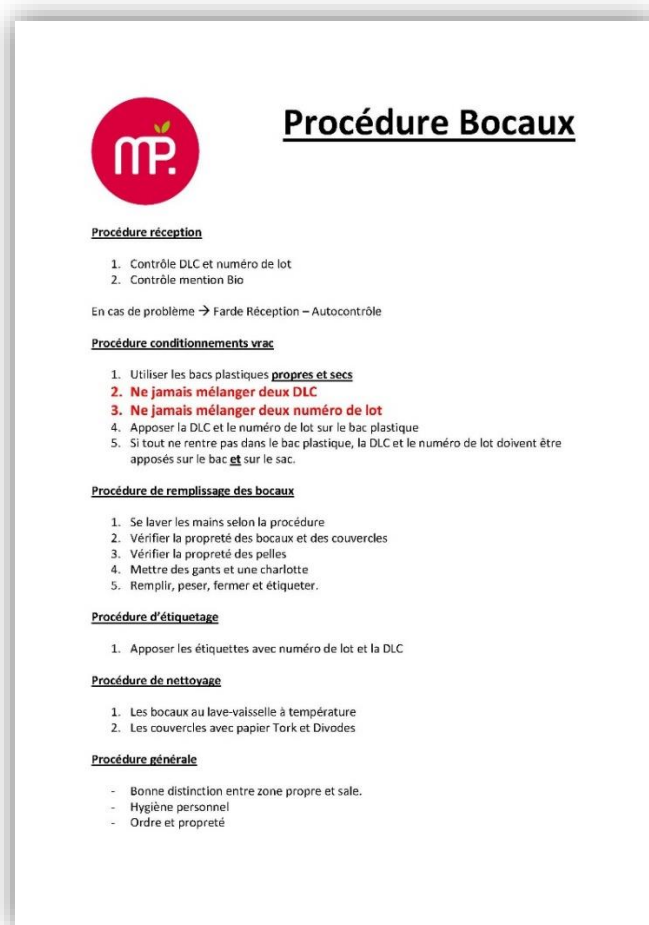
Vergeet niet om te wijzen op de geboekte vooruitgang om uw team gemotiveerd te houden.

"Dankzij jullie hebben we deze week in de zaak x% minder afval geproduceerd (of x% meer artikelen in bulk verkocht, enz.)! Proficiat!"

Blijf tijdens het hele project nauw aandacht besteden aan de volgende punten:

Een goed beheer van de rayons door uw medewerkers is essentieel om ervoor te zorgen dat de consument de nieuwe praktijken overneemt, om voedselverspilling te verminderen en gezondheidsrisico's te beperken. Het is enorm belangrijk om uw medewerkers goed op te leiden en ze bewust te maken van de wezenlijke rol die ze vervullen. U kunt de betrokkenheid van uw team nog meer stimuleren door uw medewerkers actief te betrekken bij de keuze van de producten en de te bestellen hoeveelheid van elk product.

Voor een goede omkadering en om alle handelingen zo eenvoudig mogelijk te houden, is het essentieel om **duidelijke procedures in te voeren**. Die zijn nodig om uw medewerkers te herinneren aan de toe te passen praktijken, bijvoorbeeld [procedures voor bulkartikelen](#), [procedures voor de toonbank met snijwaren](#), [procedures tijdens een gezondheidscrisis](#), reiniging van flessen met statiegeld, enz. Die procedures moeten tijdens het hele project worden aangepast aan de situatie van het moment. Via een systeem van zelfcontrole voor reiniging kan er bijvoorbeeld voor gezorgd worden dat de rayon droge bulk schoon is of dat de procedures goed zijn.



Voorbeeld: ingevoerde procedure voor verpakking in bokalen bij Melting' Pom

Het contact met de klant is een uitstekende manier om zijn gewoontes echt te veranderen.

Moedig uw team dan ook aan om de klant aan te spreken, om het initiatief van de zaak uit te leggen, om specifiek advies te geven, om de klant aangepaste oplossingen aan te reiken en hem eraan te herinneren dat het een geleidelijk initiatief is om het gebruik van **herbruikbare verpakkingen en/of flessen met statiegeld te promoten** door klanten aan te moedigen hun eigen verpakkingen mee te brengen bij hun volgende winkelbezoek.

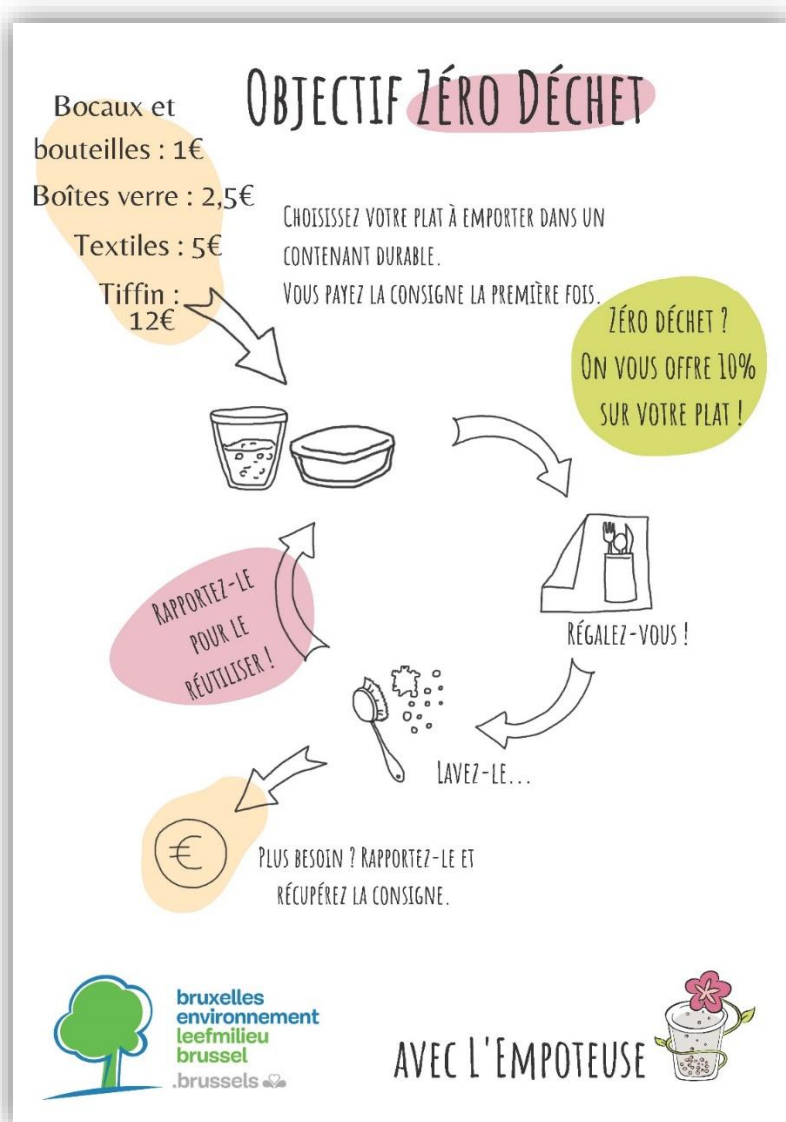
"Hebt u vandaag uw eigen tas meegebracht?"

"Doe ik deze kaas voor u in een verpakking met 1 euro statiegeld?"

"Neemt u de volgende keer uw mooiste herbruikbare verpakkingen zelf mee? 😊"

"Ik zie dat u twijfelt, mijnheer. Zal ik u even laten zien hoe de weegschaal werkt?"

"Als u de volgende keer 5 minuutjes vroeger komt met uw schaal, dan schep ik alles daarin en krijgt u zelfs een gratis drankje!"



Voorbeeld van een affiche met uitleg over het statiegeldsysteem bij l'Empoteuse

III. Externe communicatie

Doelstelling: uw klanten via verschillende kanalen motiveren om minder afval te produceren

1. Context

Uw klanten zullen hun gedrag en hun praktijken veranderen, andere referentiemodellen hanteren om minder afval te produceren en openstaan voor andere consumptiepatronen. **Gewoontes veranderen kan moeilijk zijn en veel tijd vergen.** Om zo snel mogelijk resultaat te bereiken, moet u uw klanten begeleiden, bijvoorbeeld door ze bewust te maken van de afvalproblematiek en door ze doeltreffende alternatieven voor te stellen (product van dezelfde of betere kwaliteit, gebruiksgemak, ...).

Bij de invoering van een systeem om minder afval te produceren is de communicatie ten aanzien van de klanten dan ook essentieel, om de voordelen voor milieu, gezondheid en economie te benadrukken. In het referentieoverzicht vindt u precieze wetenschappelijke gegevens die u in uw communicatie en uw bewustmakingscampagnes kunt gebruiken.

2. Voedings- en horecazaken

We behandelen hier vormen van communicatie die zowel in voedingszaken als in de horeca kunnen worden gebruikt. Vervolgens behandelen we specifieke communicatievormen voor elk van beide apart.

a. Algemene communicatie ten aanzien van uw klanten

Een duidelijke en eenvoudige algemene communicatie via **affiches**, **publicaties** op uw website en/of sociale media en **mondelijke communicatie** is de beste benadering om uw klanten te motiveren om deze nieuwe oplossingen te gaan gebruiken. Deze drie communicatievormen hebben de grootste impact als ze worden gecombineerd.

Online communicatie is essentieel om te signaleren dat u zich inzet voor een nieuw initiatief om uw afval te verminderen. Alle goede communicatiepraktijken moeten ook worden opgenomen in uw sociale netwerken, op uw website, in uw artikelen, enz.

In al uw publicaties, bijvoorbeeld om uw weekmenu te promoten, kunt u schrijven: "*vergeet niet uw verpakking met statiegeld terug te brengen 😊*" of "*neem uw eigen herbruikbare verpakking mee voor take-away*", en vermeld de eventuele voordelen die u biedt aan klanten die meedoen met uw initiatief. Het is de bedoeling om uw project te koppelen aan het imago van uw zaak.

Soms is een goed beeld doeltreffender dan een lange uitleg. Aarzel dus niet om foto's of video's te delen van uw goede praktijken. U vindt hieronder enkele voorbeelden van Facebook-posts van winkels en horecazaken die laten zien hoe zij minder afval produceren.

GraspHopper - The Refill Grocery est à GraspHopper - The Refill Grocery. 9 juin · Ottignies-Louvain-la-Neuve, Région wallonne ·

Ennnnnnnnn ! On a trouvé du shampoing liquide en vraaaac !!!
Oui oui, vous avez bien lu, c'est du shampoing LIQUIDE en VRAC
En plus :
- c'...



74

9 commentaires 2 partages

Boentje Café 24 septembre ·

Mercredi soir, on te propose d'échanger sur notre Boentje parcours entrepreneurial. On te dira tout sur la création du projet, les accompagnements, les financements, la gestion quotidienne ou les astuces zéro déchets. On répondra à toutes les questions que tu te poses, sans complexe (on pourra même parler money money si tu veux).

Inscris-toi



MER. 29 SEPT.

Les secrets du Boentje Café

Bruxelles, région de Bruxelles-Capitale

Ça m'intéresse

10

J'aime

Commenter

Partager

BLOOM Coop 21 octobre, 16:58 ·

De nouveaux articles zéro-déchet à retrouver à l'épicerie près de la caisse
Wali !



17

3 commentaires 1 partage

BLOOM Coop avec Coop IT Easy. Partenariat rémunéré ·

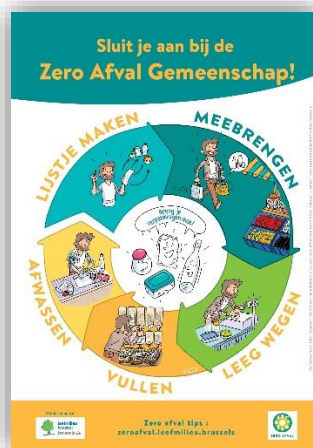
Nous sommes très fiers de la concrétisation du projet zéro-déchet mené avec Coop IT Easy et le soutien de Bruxelles Environnement - Leefmilieu Brussel !
Coop IT Easy est une coopérative qui dote les acteurs de l'économie sociale d'outils de gestion informatisés avec laquelle nous avons mis en place une solution pour simplifier la pesée des aliments en vrac, basée sur le logiciel de gestion open source Odoo Community. Concrètement, une balance en libre-service reliée à u...



11

Voor affichecampagnes in uw zaak vindt u hieronder voorbeelden van standaardaffiches (een voor het gewest en een voor het hele land), om uw klanten aan te moedigen hun eigen herbruikbare verpakkingen mee te brengen. Misschien organiseert uw gemeente zelf een soortgelijk initiatief?

- De [poster 'Sluit je aan bij de Zero Afval Gemeenschap!'](#) van Leefmilieu Brussel, waarin alle stappen worden uitgelegd om boodschappen te doen zonder afval en die klanten eraan herinnert hun eigen verpakkingen mee te nemen. Kan alleen digitaal worden gedownload op de website van Leefmilieu Brussel.



- De [sticker 'Eigen verpakkingen welkom'](#): mail ZeroWasteBelgium op het adres: stickers@zerowastebelgium.org en bestel het gewenste aantal stickers. Uw zaak zal dan ook op hun website worden vermeld.



Organiseer acties zoals oproepen om bokalen en aangepaste herbruikbare tassen binnen te brengen om uw klanten bij het initiatief te betrekken en tegelijkertijd gratis herbruikbare verpakkingen te verzamelen. Zodra ze volgens de regels zijn gereinigd, kunt u **bokalen uitlenen** aan klanten die voor het eerst met het initiatief willen meedoen of die hun eigen verpakkingen zijn vergeten.



Day-by-Day Valenciennes (maart 2018) Facebook-post 'Oproep om bokalen binnen te brengen'
(zie [Gids voor zero afval in voedingszaken](#))

Ook mondelinge communicatie is belangrijk, want dan merkt de klant dat hij niet de enige is die moeite doet. Laat duidelijk zien hoe enthousiast u bent, namelijk door uit te leggen waarom u deze goede praktijken toepast, door te benadrukken wat klanten ermee kunnen bereiken, door klanten aan te moedigen om door te gaan en door klanten direct te informeren wat ze nog meer kunnen doen.

Dankzij wederzijdse erkenning blijven acties langer effectief, en zoals hierboven al vermeld: uw personeel is de beste ambassadeur!

- ✓ "Bedankt voor uw inspanningen om minder afval te produceren"
- ✓ "Lees ons ethisch charter op onze website"
- ✓ "Wist u dat... u 10% korting kunt krijgen als u bestelt in verpakkingen met statiegeld of uw eigen verpakkingen?"
- ✓ "Onze zaak stelt oplossingen voor waardoor al onze activiteiten minder afval produceren"
- ✓ "Brengt u de volgende keer uw verpakkingen met statiegeld weer mee? 😊"
- ✓ "We verkopen dit product niet meer omdat we een vergelijkbaar lokaal seizoensproduct hebben gevonden dat minder afval produceert"
- ✓ "Eigen verpakking/tas vergeten? Geen paniek, we lenen u er graag een uit!"

In het algemeen is het goed om uw klanten bij hun aankopen in uw winkel of wanneer ze in uw zaak komen eten, enigszins te sturen, door ze op hun gemak te stellen en door de gehanteerde systemen (weegschaal, statiegeld, procedures, hygiëne, enz.¹) uit te leggen. Klanten moeten ook het gevoel hebben dat ze op elk moment een medewerker kunnen aanspreken om vragen te stellen.

- ✓ *"Wij zijn er voor echt àl uw vragen over ons project om minder verpakkingsafval te produceren."*
- ✓ *"Hebt u aan uw slimme kit gedacht?"*
- ✓ *"U krijgt van mij gratis deze herbruikbare verpakking en u brengt ze de volgende keer weer mee om ze weer te vullen."*
- ✓ *"Als er aan het systeem iets is wat u niet begrijpt, kan ik het u altijd nog eens uitleggen."*

Het is ook belangrijk om te wijzen op de voordelen die in eerste instantie niet voor de hand liggen: aanzienlijke economische voordelen, een voortreffelijke smaak omdat die beter behouden blijft, voedselveiligheid zonder plasticvervuiling, de gewenste hoeveelheid kan bijvoorbeeld op de gram worden aangepast, producten die mogelijk sterker lokaal verankerd zijn, enz.

Klanten vinden smaak en consumptiegewoonten doorgaans belangrijker dan de vermindering van hun ecologische voetafdruk.

Volgens een analyse van het Franse agentschap voor milieu- en energiebeheer ADEME: *"De macht der gewoonte is de voornaamste reden waarom [klanten] het product niet hebben gekocht. Dat is het antwoord van 86% van degenen die dit product niet hebben gekocht."*².

- ✓ *"Wie onze verpakkingen met statiegeld gebruikt, draagt bij aan een gezonde lokale economie van ons allemaal, die gunstig is voor de handelaars in de wijk en voor de lokale werkgelegenheid."*
- ✓ *"Naar het schijnt eten we met onze ogen... Laten we dan deze mooie herbruikbare kwaliteitsverpakkingen gebruiken"*
- ✓ *"Glazen flessen met statiegeld verhinderen dat er kunststofdeeltjes in uw eten of drinken terechtkomen"*
- ✓ *"Eten in een kwaliteitsverpakking met statiegeld, dat is pas klasse."*

Bedank uw klanten die het begrijpen en die het initiatief van uw zaak volgen, en blijf ze aanmoedigen zodat ze ook in de toekomst inspanningen blijven leveren

- ✓ *"Bedankt dat u de tijd en moeite neemt om herbruikbare verpakkingen te gebruiken"*
- ✓ *"Bedankt voor de mooie verpakkingen met statiegeld"*
- ✓ *"De volgende keer is uw zero-afvalklantenkaart vol, proficiat!"*
- ✓ * Een samenzweerderige knipoog

b. Zet uw leveranciers in de schijnwerpers

Breng uw leveranciers op de hoogte van het initiatief van uw zaak en vraag of ze u goederen in bulk willen leveren, in herbruikbare verpakkingen of verpakkingen met statiegeld, en vooral om individuele wegwerpverpakkingen of nodeloze secundaire of tertiaire verpakkingen te vermijden, enz.

**** Stel bijvoorbeeld een charter of een intentieverklaring voor duurzame inkopen op****

Dit is bijvoorbeeld het [charter van de coöperatieve Agricover](#)

¹ Op de webpagina van Leefmilieu Brussel vindt u enkele standaardprocedures: [Zeroafvaltips voor handelaars en horeca](#) | Leefmilieu Brussel

² "ENQUÊTE CONSOMMATEURS SUR LES PRATIQUES DE « CONSIGNE » D'EMBALLAGE POUR RÉEMPLOI-RÉUTILISATION – Rapport" ADEME, 2018, p.12

U kunt uw klanten laten weten met **welke leveranciers u samenwerkt** door dat op uw menu te vermelden of via affiches waarop ze worden voorgesteld en waarop hun duurzame praktijken worden beschreven. Zo weten uw klanten wie zich achter de producten in de rayon bevindt, en u kunt uitleggen wat zij doen om kwaliteitsproducten te leveren met zo weinig mogelijk afval.

"Didier, uw groenteteler, levert elke maandag en donderdag groenten uit zijn moestuin in bakken met statiegeld"

"Het kaasassortiment van dit menu komt van l'Artisan du Lait, een lokale producent van biologische kazen"

"Patricia, uw zuivelhandelaar, brengt elke zaterdagochtend yoghurt, boter en kaas"

"De coöperatieve MACOOP brengt driemaal per week prachtige stukken lokaal vlees"

"De buurtboerderij levert dagelijks fruit uit de boomgaard dat de avond voordien wordt besteld"

U kunt bijvoorbeeld borden plaatsen met de criteria die u in aanmerking neemt om uw leveranciers te selecteren:

- kwaliteit van het product,
- CO₂-impact,
- herkomst/ locatie,
- sociale omstandigheden,
- productie-/verwerkingswijze
- labels of andere acties

Een gezicht, een naam, een plaats: producenten in het groot weergegeven bij de ingang van de winkel.



Foto's afkomstig van de website [Paysans Artisans](https://paysans-artisans.be/)

3. Voedingswinkels

Dankzij **affiches met informatie en tips**, zoals in de afbeelding hieronder, zijn goede praktijken en procedures die u in uw zaak hanteert, gemakkelijker te begrijpen. Het is belangrijk dat klanten zich gesteund voelen en dat de manier van werken duidelijk wordt uitgelegd.

Dit is een voorbeeld van een didactische affiche van de coöperatieve Bloum:



U kunt affiches ophangen met doe-het-zelfrecepten waar klanten een foto van kunnen maken of met een QR-code die ze kunnen scannen en die doorverwijst naar de website van de winkel. Wie zelf producten maakt, produceert minder afval, weet uit welke bestanddelen ze bestaan en kan aanzienlijk besparen.

"Niks beters dan een huisgemaakt product dat voor verschillende doelen kan worden gebruikt. Zo maakt u het: (QR code)"

"Maak uw eigen huisgemaakte vlekkenverwijderaar met essentiële olie, azijn en bicarbonaat!"

"Dit recept voor huisgemaakte handzeep kost 70% minder per liter dan handzeep met een pompje"

"Probeer het uit en kijk zelf"

Maak duidelijk welke producten in bulk beschikbaar zijn via stickers, symbolen of een bordje 'ook beschikbaar in bulk' of 'minder duur in onze rayon droge bulk' - wanneer een voorverpakt product ook in bulk beschikbaar is. Of ga een stap verder en bied het verpakte product niet langer aan. Breng op de plaats waar het product zich vroeger bevond een sticker aan met de boodschap:

"Product vanaf nu beschikbaar in de rayon droge bulk"

"U vindt dezelfde groene linzen nu in silo's in de rayon droge bulk en ze zijn 20% goedkoper"

"(foto van het product): Ik ben verhuisd naar de rayon XX"

Vermeld duidelijk voor welke producten van de winkel er verpakkingen met statiegeld worden gebruikt door er een etiket op te plakken (op de prijsvermelding in de rayon en/of zichtbaar op de verpakking). Koppel er een positieve boodschap aan om het aantal teruggebrachte verpakkingen met statiegeld aanzienlijk te verhogen.

"Brengt u me ook terug? Ik ben € 0,5 waard en ik wil graag samen met alle andere worden gereinigd"

"Brengt u me terug? Zo veel mogelijk hergebruik is zo veel beter voor het milieu."

"Ik ben verpakt in een zeer waardevolle pot/fles/tas"

"Mijn verpakking is geen afval"

"Breng deze verpakking terug om ze opnieuw te laten vullen"

Vermeld de CO₂-impact van de producten – waarvan de verpakking per definitie deel uitmaakt. Bijvoorbeeld in de vorm van een schatting op het etiket of een kleurencode.

"Let op de CO₂-kleurencode en verklein uw ecologische voetafdruk door uw boodschappen"

"Minder CO₂, beter voor ons ecosysteem"

"Seizoensproducten: o zo (h)eerlijk"

"Het avocadoseizoen in de buurt van Europa loopt van november tot mei. Daarna komt de vrucht uit Zuid-Amerika of Afrika ten zuiden van de Sahara"

"Hoe vaker een verpakking wordt gebruikt, hoe minder impact: laten we streven naar 0!"

4. Horeca

Het is belangrijk om aan de ingang van uw zaak, in de etalage en/of op uw menu te vermelden dat u actie onderneemt. Beschrijf kort wat u doet om minder afval te produceren en leg de nadruk op de positieve bijdrage die uw zaak wil leveren. U kunt bijvoorbeeld een kort manifest opstellen om uw klanten te sensibiliseren.

Sustainability



We are committed to a sustainable and environmentally-responsible lifestyle. Our restaurant is supported in this process by several entities including Bruxelles Environnement, Village finance, and Hub.brussels.

We make everything from scratch, from food to drinks. Our menu has ingredients scrupulously-selected not just for their taste but also for their sustainability: eggs, fresh cheese, fresh vegetables, and grains come from local producers in Brussels or Belgium.

At NORMA, we mill our flour fresh daily for the preparation of pasta and pizza dough to keep the delicate flavor of the grains intact and to guarantee the lightness and better digestibility of the dough.

We have eliminated the use of cans by making a wide choice of drinks from scratch, including our kombuchas (tea-based, naturally-fermented carbonated soft drinks), ginger beer (non-alcoholic ginger-based drink, naturally fermented and carbonated), our iced teas, and fresh-juiced fruit juices.

To reduce our environmental impact, we provide water from a filtered water fountain and serve it in glass bottles to reduce CO₂ footprint.

Charter van de website van [Norma](#) Trattoria E Aperitivo

De grootste impact bereikt u door er gewoon met uw klanten over te praten. Ze komen naar het restaurant, het café, de bar of het hotel voor hun plezier. Doe hun een plezier en neem even de tijd om hen te vertellen over het initiatief van uw zaak, om hen te overtuigen van waarom een en ander belangrijk is, maar ook waarom u een bepaalde dienst niet langer aanbiedt. Klanten die belangstelling hebben voor die nieuwe initiatieven doen gemakkelijker mee als ze ze begrijpen.

Idealiter neemt u voor elke klant even de tijd als ze een vraag stellen over een van de onderstaande thema's. Ter inspiratie vindt u hierna enkele handige zinnestelsels die u zelf kunt gebruiken:

Als mensen online kunnen bestellen om af te halen:

- ✓ *"Als u 5 minuutjes eerder komt en uw eigen herbruikbare verpakking meebrengt, dan krijgt u van ons een drankje!"*
- ✓ *"Wegwerpartikelen voor thuis zijn niet altijd nuttig, maar als u er echt nodig hebt, koop ze dan hier:"*
- ✓ *"Bestel hier afvalvrij"*
- ✓ *"Een vraag over ons statiegeldsysteem? Klik hier voor meer informatie"*
- ✓ *"Al klant bij ons? Vergeet uw statiegeldverpakkingen niet mee te brengen"*
- ✓ *"Je denkt aan de planeet als je afvalvrij eet!"*
- ✓ *"Bestel wat je eet, niet wat je wegwerpt"*
- ✓ *"Bestellen en eten in lijn met je geweten!"*

Als u kraantjeswater aanbiedt:

- ✓ *"Wij bieden gefilterd water aan zodat we geen plastic of glazen flessen hoeven te gebruiken, om zo het transport van flessen te verminderen."*
- ✓ *"Onze waterfontein biedt u (gefilterd) water van topkwaliteit tegen een bodemprijs"*
- ✓ *"Een glazen fles water van 1 liter kost 5 euro. Een karaf gefilterd water kost 3 euro"*
- ✓ *"Drink gefilterd plat water of spuitwater, gekoeld of op kamertemperatuur, voor slechts X euro"*
- ✓ *"Dankzij onze waterfontein geniet u zonder extra kosten van alle geneugten van gefilterd plat water of spuitwater. Ongezien! ☺"*

Als u huisgemaakte dranken aanbiedt:

- ✓ *"Onze huisgemaakte dranken zijn niet alleen gezond, maar worden gemaakt met seizoensproducten van hoge kwaliteit, het hele jaar door"*
- ✓ *"Pmd, weg ermee!"*
- ✓ *Vindt u ons huisgemaakte drankje lekker? Hier vindt u het recept: [QR-code]"*
- ✓ *"Wat drinkt u liever: 7 klontjes suiker of 7 verschillende vruchten?"*
- ✓ *"U kunt een fles van uw lievelingsdrankje kopen om mee naar huis te nemen"*
- ✓ *"Heerlijk huisgemaakt"*
- ✓ *"Huisgemaakte icetea, kombucha, ginger beer of vruchtensap: er is voor ieder wat wils!"*

Algemeen in de zaal:

- ✓ **te vermijden: rietjes, verpakte koekjes, individuele verpakkingen van koffiemelk en sauzen, ...*
- ✓ *"Help ons om minder afval te produceren: bestel alleen wat u nodig hebt"*

Als u gerechten verkoopt om mee te nemen:

- ✓ *"Zal ik uw bestelling inpakken in 3 statiegeldverpakkingen voor 1 euro per stuk?"*
- ✓ *"Als u telefonisch bestelt en uw bestelling komt ophalen, vraag ons dan om een statiegeldverpakking"*
- ✓ *"Als u een verpakking van 5 euro 10 keer gebruikt, bespaart u 0,5 euro per aankoop"*
- ✓ **te vermijden of alleen geven op verzoek: wegwerpbestek, servetten, individuele porties saus*, rietjes, ...*

*In een frituur kunt u voorstellen de saus direct op de frietjes te doen

Als u gebruikmaakt van een statiegeldsysteem:

- ✓ "Statiegeld is kinderspel"
- ✓ "Herbruikbaar, een puik gebaar!"
- ✓ "Vergeet bij uw volgende online bestelling uw statiegeldverpakkingen niet mee te brengen"
- ✓ "Uw lievelingsgerecht in onze statiegeldverpakking: moeder aarde is u dankbaar"
- ✓ "Alle teruggebrachte verpakkingen worden volgens strenge procedures gereinigd, voor een onberispelijke hygiëne"

Als uw keuken afvalvrij werkt:

- ✓ "Ook in onze keukens werken we zo goed mogelijk afvalvrij"
- ✓ "Dankzij onze afvalvrije oplossingen produceert onze keuken X% minder afval" of "Eén vuilniszak per week voor 500 geserveerde maaltijden"
- ✓ "Wij kiezen leveranciers met een streng milieubeleid"
- ✓ "Lang geleden was er eens afval..."
- ✓ "Afval: u kunt het zoeken, maar nooit zult u het vinden 😊"
- ✓ "Afval, met uitsterven bedreigd"

IV. Referentieoverzicht van gegevens over de voordelen van minder afval

Minder afval kan onder bepaalde voorwaarden leiden tot een kleinere ecologische voetafdruk.

Wie zijn ecologische voetafdruk wil verkleinen, moet immers ook het product en de voedingsmiddelen respecteren. Als een voedingsmiddel wordt weggeworpen omdat het niet verpakt is in een verpakking die het product eer aandoet of als bepaalde eenvoudige hygiëneprocedures niet worden nageleefd, dan kan een zero-afvalbenadering contraproductief werken.

Om zero-afvalinitiatieven op een juiste manier in te voeren op het niveau van infrastructuur, werkwijze of aangepaste procedures, raden wij u aan om [de zero-afvaltips voor handelaars en horeca op de website van Leefmilieu Brussel](#) te lezen, met 4 gidsen, elk voor een specifiek publiek.

Er bestaan drie soorten verpakkingen die voedingsmiddelen beschermen:

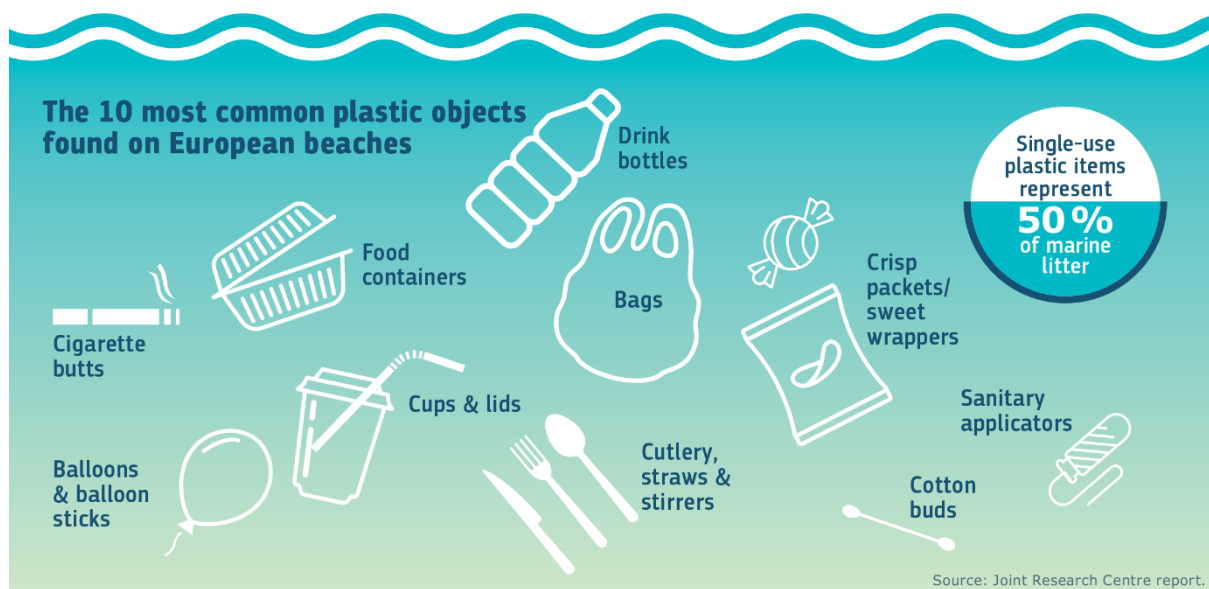
- de primaire verpakking bevindt zich het dichtst bij het voedingsmiddel en gaat naar de eindconsument (voedselveiligheid),
- de secundaire verpakking is voor loten van voedingsmiddelen (veiligheid, opslag en transport), en
- de tertiaire verpakking is voor levering aan de winkel/horecazaak (alleen transport).

Dankzij de verkoop van artikelen in bulk kunnen voedingswinkels en horecazaken een maximum aan primaire en secundaire verpakkingen elimineren. Om tertiaire verpakkingen kunnen we niet heen, maar ook die kunnen herbruikbaar zijn. Er bestaan bijvoorbeeld [herbruikbare transportpalletten](#). Het belangrijkste is buitensporige verpakking te vermijden en voor elk product een aangepaste verpakking te vinden om het zo goed mogelijk te beschermen.

We presenteren een aantal kerncijfers om u te motiveren minder afval te produceren, maar ook om uw medewerkers en uw klanten mogelijk nuttige informatie te verstrekken. We hebben die informatie ondergebracht in verschillende categorieën:

1. Politiek

- ➔ De Europese Commissie streeft tegen 2030 naar 100% herbruikbare verpakkingen ('[Een Europese strategie voor kunststoffen in een circulaire economie](#)', Europese Commissie, 2018).
- ➔ Om aan de Europese doelstellingen te voldoen, mogen de volgende plastic wegwerpartikelen vanaf 2022 niet meer in België worden verkocht: draagtassen, wattenstaafjes, bestek en borden, rietjes en mengstaafjes, omhulsels in geëxpandeerd polystyreen. Geleidelijk aan zal die lijst worden uitgebreid met andere voorwerpen ('[Naar een uitfasering van plastic voor eenmalig gebruik](#)', persbericht van 17 september 2021 van Zakia Khattabi).
- ➔ Via zijn Hulpbronnen- en Afvalbeheerplan wil het Brusselse Gewest de productie van huishoudelijk afval met 20% verminderen, maar ook de productie van niet-huishoudelijk afval ('[Tonnage huishoudelijk en gelijkgesteld afval](#)', Leefmilieu Brussel, 2021).



Bron: De Europese Commissie, '[Changing the way we use plastics](#)', 2018

Deze doelstellingen zijn zeker haalbaar zodra de gelijkgestelde goede zero-afvalpraktijken worden toegepast.

2. Gezond verstand

- ➔ Een plastic zak:
 - 1 seconde om ze te produceren,
 - 20 minuten om ze te gebruiken,
 - Meer dan 100 jaar om ze af te breken.
 - ('[La dégradation des plastiques en mer](#)', C. Dussud en J-F. Ghiglione, 2014)
- ➔ Dankzij herbruikbare bakken kan 97% van de voedselverspilling als gevolg van beschadiging van de verpakking worden vermeden (beschadigde producten die niet meer kunnen worden

verkocht) ten opzichte van dozen van wegwerpkarton ([La fondation pour les systèmes réutilisables](#), 2013).

- ➔ Gemiddeld genereerde een inwoner van Brussel in 2019 zo'n 284 kg aan huishoudelijk afval. Door zero-afvalpraktijken te hanteren zou deze hoeveelheid afval per inwoner drastisch kunnen worden verminderd ('[Tonnage huishoudelijk en gelijkgesteld afval](#)', Leefmilieu Brussel, 2021).
- ➔ Meer dan 865 restaurants in België bieden kraantjeswater aan. Ze staan op [deze kaart](#).

3. Gevolgen van afval voor de gezondheid en het milieu

- ➔ Plastic wordt gemaakt van aardolie, een niet-hernieuwbare hulpbron. Bioplastic is geen wonderoplossing en is niet biologisch afbreekbaar ('[Plastic of bioplastic? Wat zijn de duurzame alternatieven?](#)' Leefmilieu Brussel).
- ➔ Verpakkingen zijn goed voor bijna 40% van het plastic dat jaarlijks in Europa wordt gebruikt. Verpakkingen zijn plastic folie, blisterverpakkingen, bakjes, schaaltes, borden, flessen, enz. ([PlasticsEurope](#), 2020, p.).
- ➔ De mens krijgt 5 gram plastic per week binnen – het gewicht van een creditcard (bron: [WWF](#))
- ➔ 80% van het zeeafval is afkomstig van plastic voorwerpen; 50% daarvan betreft voorwerpen voor eenmalig gebruik ('[Bruxelles d'attaque aux objets en plastique jetables](#)', Euractiv 2018).
- ➔ In 2050 zullen de oceanen evenveel kilo's plastic als vis bevatten ('[The New Plastics Economy: Rethinking the future of plastics](#)', Ellen MacArthur Foundation, januari 2016, p.28).

4. Vergelijking van de effecten op het milieu

- ➔ Een meeneemgerechtigd in een houder met statiegeld in plaats van een wegwerpverpakking neutraliseert zijn effect al na 10 keer hergebruik ('[Milieuanalyse van wegwerp- en herbruikbare verpakkingen](#)' Leefmilieu Brussel)
- ➔ Herbruikbare bakjes van hard plastic genereren 60% minder broeikasgassen dan kartonnen wegwerpdozen. ('[Carbon Footprint of Food packaging](#)', Stichting voor herbruikbare systemen, 2018).
- ➔ Een glazen fles reinigen verbruikt 75% minder energie en 33% minder water dan de fles recyclen ('*Bilan comparatif d'une bouteille en verre consignée / bouteille en verre à usage unique*', ADEME, april 2019, p.41)
- ➔ Onder bepaalde voorwaarden kan de uitstoot van broeikasgassen door een fles van 75 cl te reinigen wel tot 80% worden teruggebracht, uitgedrukt in kg CO₂-equivalent, waardoor het klimaatopwarmingsvermogen kan worden verminderd ([Studie](#) Deroche Consultants 2009 '*Bilan environnemental de la bouteille en verre consignée "75 cl Alsace" commercialisée dans l'Est de la France par comparaison avec une bouteille en verre à usage unique*', p.41,).
- ➔ Een glazen fles met statiegeld verbruikt over haar hele levensduur vier keer minder energie dan een glazen fles voor eenmalig gebruik. ([Studie](#) Deroche Consultants, '*Bilan environnemental de la bouteille en verre consignée "75 cl Alsace" commercialisée dans l'Est de la France par comparaison avec une bouteille en verre à usage unique*', p.41, 2009).
- ➔ De terugverdientijd is afhankelijk van de vergeleken materialen, maar hoe vaker verpakkingen worden hergebruikt, hoe kleiner hun ecologische voetafdruk, dat is zeker. Een glazen fles met statiegeld stoot zo 85% minder CO₂ uit dan een gerecycleerde glazen fles, 57% minder CO₂ dan een aluminium bakje en 70% minder CO₂ dan een PET-fles voor eenmalig gebruik. In deze studie (alleen in het Engels) worden verschillende andere verpakkingen vergeleken met cijfervoorbeelden en duidelijke illustraties: [Reusable vs Single-use packaging](#)

5. Financiële voordelen

- ➔ Producten in bulk zijn minder duur voor de consument en kosten 10 tot 45% minder dan het verpakte equivalent (['La vente en vrac, pratiques & perspectives'](#), ADEME, 2012, P7).
- ➔ Op basis van een vergelijkend onderzoek naar 13 verschillende kazen kon de uiteindelijke verkoopprijs dankzij de verkoop via een toonbank met snijwaren met 26% worden verminderd (BEES Coop., 2018).
- ➔ De kosten voor de reiniging van de herbruikbare verpakking door de handelaar bedragen circa 0,12 euro, in vergelijking met 0,5 euro voor een vergelijkbare wegwerpverpakking (Studie van [Au Rayon Bio](#) met de steun van Leefmilieu Brussel)