

26 november 2019

ING - Belgian Economic Newsletter

Duurzaam consumeren: België loopt achter

Op de vraag of het milieu belangrijker is dan economische groei of de vraag of het duurzame aspect van een goed belangrijker is dan de prijs ervan behoort het antwoordpercentage van de Belgische consument tot de laagste van Europa. De Belgen sorteren hun afval echter wel meer dan in andere landen, en ze besteden ook meer aandacht aan het gebruik van plastic verpakkingen. Bovendien vormen energielabels een belangrijke aankoopfactor, vooral voor de oudere consument.

Milieu of groei? Geen eensgezindheid

Een recent onderzoek van ING¹ in verschillende landen, waaronder België, toont aan dat 74% van de Europese burgers het erover eens is dat voorrang moet gegeven worden aan de bescherming van het milieu, "ook al vertraagt dit de economische groei". In België is dit slechts 61% (tegenover 77% in Frankrijk bijvoorbeeld), samen met Nederland (51%, amper de helft van de respondenten) een van de laagste antwoordpercentages, omdat heel wat respondenten geen mening hebben. 20% van de Belgische respondenten beweert zelfs het tegenovergestelde. We merken echter op dat dit percentage lager is dan in een aantal minder rijke landen van Europa: in Roemenië is 35%, in Polen 29% en in Italië 25% van oordeel dat groei een prioriteit vormt, "ook al gaat dat tot op zekere hoogte ten koste van het milieu".

Een meerderheid van de Belgen en Europeanen beschouwt milieu dus als een prangende kwestie en op de eerste plaats bij de problemen op milieuvlak vinden we het gebruik van plastic, dat voor 34% van de Europeanen en voor 31% van de Belgen een eerste bekommernis is. Pas daarna volgen de thema's klimaatverandering (30%) en biodiversiteit (7%).

Het gebruik van plastic: een realiteit waartegen de Belgische consument tracht te strijden, maar in mindere mate dan in andere landen

Het gebruik van plastic in voedingsverpakkingen vormt een groot deel van het wereldwijd geproduceerd afval (Kadertekst 1). De Belgische consument is zich hiervan bewust, vooral wanneer hij boodschappen doet in de supermarkt: 36% van de consumenten geeft aan de voorkeur te geven aan minder verpakte producten met een minder lange houdbaarheidsdatum en 43% zegt evenveel belang te hechten aan de uiterste houdbaarheidsdatum als aan de hoeveelheid verpakking. Het verminderen van plastic in de verpakking van voedingsmiddelen vormt voor 45% onder hen de belangrijkste prioriteit bij dit probleem, vóór meer investeringen in plastic gemaakt van biologisch materiaal (20%) of biologisch afbreekbaar of composteerbaar plastic (19%).

66% van de Belgen is bovendien van oordeel dat de supermarkten zouden moeten ophouden met het aanbieden van plastic verpakkingen. Dit percentage ligt echter lager dan het Europees gemiddelde van 70%. Daarnaast geeft slechts 34% van de

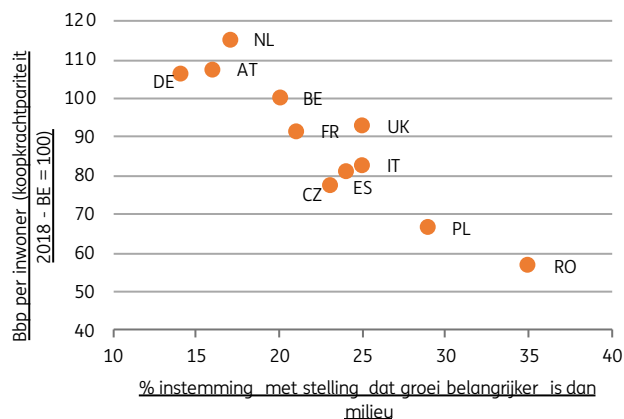
Julien Manceaux

Senior Economist
Brussel +32 2 547 33 50
Julien.Manceaux@ing.be

¹ Het ING International Survey is een enquête die regelmatig door ING via IPSOS wordt uitgevoerd bij bijna 1000 personen per vertegenwoordigd land, die representatief zijn voor de bevolking. In België werd de enquête uitgevoerd van 15 tot 31 augustus 2019. [Lees hier de volledige rapport \(Engels\)](#).

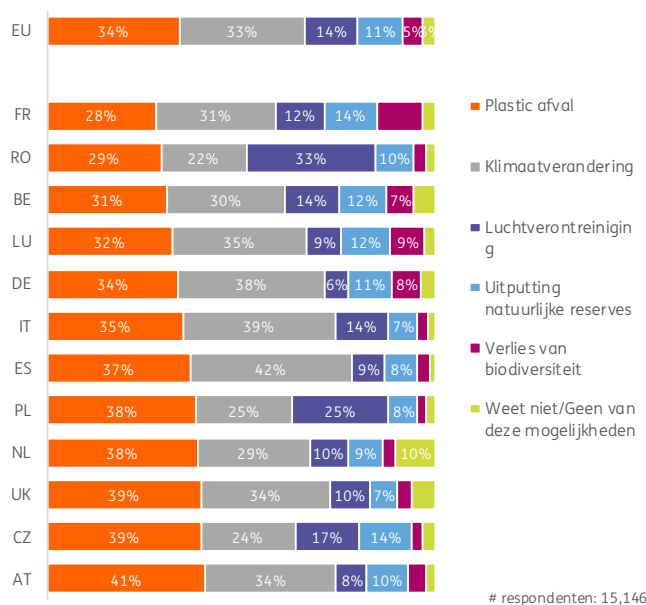
respondenten aan bereid te zijn om meer te betalen voor meer duurzame verpakkingen, tegenover één op twee Europese respondenten in onze enquête.

Gr 1 Milieu: een probleem van de rijken?



Index van het bbp per inwoner in koopkrachtpariteit, waarbij België het referentiepunt is (=100)
Bron: Thomson Reuters, ING International Survey 2019

Gr 2 Wat zijn op milieuvlak de meest dringende problemen ?



Bron: ING International Survey 2019

De denkpiste van recyclage, reeds goed gevolgd

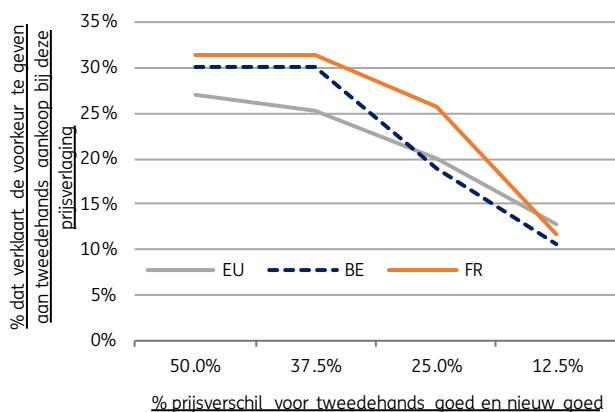
De consumenten onderschatten bovendien de hoeveelheid plastic afval dat ze elke dag weggooien: 53% zegt één of twee verpakkingen weg te gooien, en 35% geeft tussen drie en vijf verpakkingen aan. Slechts 2% van de Belgische respondenten geeft toe 10 of meer verpakkingen per dag weg te gooien. Statistisch gezien worden elk jaar in België bijna 30 kilo verpakking weggegooid per inwoner, dit is ongeveer 80 gram per inwoner per dag (kadertekst 1).

De Belgische consument begint het recycleren echter goed onder de knie te krijgen: 91% van de vrouwen en 87% van de mannen zegt thuis systematisch afval te sorteren (papier, glas, en iets minder frequent plastic). Dit is nog steeds minder goed dan het gemiddelde bij de Europeanen (92,5% van de mannen en 94,5% van de vrouwen). Dit betekent niet dat de instructies op dit vlak steeds duidelijk zijn: uit onze enquête blijkt dat meer informatie noodzakelijk is, omdat 7 respondenten op 10 aangeven soms te twijfelen over de manier waarop dagelijks bepaalde soorten afval moeten gesorteerd worden. Batterijen en accu's zijn een ander voorbeeld van het feit dat een betere informatieverstrekking noodzakelijk is: in België let slechts 68% van de vrouwen en 60% van de mannen erop om deze te recycleren. Voor één respondent op tien vergt dit teveel inspanning of loont het niet de moeite. 3% is van oordeel dat er niet voldoende inzamelpunten in hun buurt zijn.

Tot slot toont de enquête van ING ook aan dat tweedehands aankopen een vorm van recyclage zijn die in België wordt toegepast wanneer het prijsverschil de moeite loont: 30% van de respondenten zou bijvoorbeeld kiezen voor een tweedehands koelkast bij een gunstig prijsverschil van 50%, maar dit responspercentage daalt naar 11% indien het prijsverschil slechts 12% bedraagt. Over het algemeen zijn de Belgen iets meer

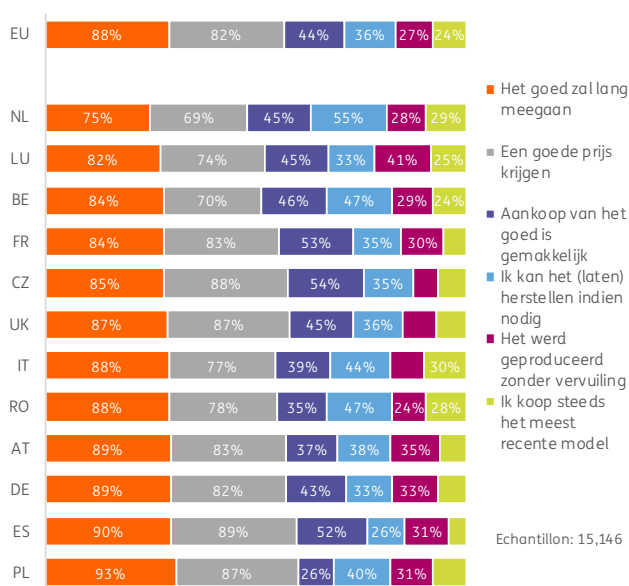
enthousiast over tweedehands aankopen dan het Europees gemiddelde (27%), maar iets minder dan hun Franse burens (31,5% indien de prijs 50% lager is).

Gr 3 Tweedehands aankopen: enkel indien het de moeite loont



Bron: ING International Survey 2019

Gr 4 Wat zijn de drie belangrijkste criteria bij de aankoop van dure huishoudelijke goederen?



Bron: ING International Survey 2019

De aankoop van dure goederen gebeurt niet enkel meer op grond van de prijs

Bij de aankoop van dure huishoudelijke goederen (matras, wasmachine, vaatwasser) met een verwachte gebruiksduur van ten minste 5 jaar is voor de Belgische consument de gebruiksduur belangrijker dan de prijs (Grafiek 4). De Belgen besteden ook meer aandacht dan de andere Europeanen aan het feit of het product kan hersteld worden bij panne (47% van de respondenten, enkel de Nederlanders scoren hoger met 55% die dit aanhaalt als een belangrijk criterium voor de aankoop). Zo geeft 56% van de Belgische consumenten de voorkeur aan het laten herstellen van hun toestel indien de kosten voor herstelling niet meer bedragen dan 20% van de prijs van een nieuw toestel. Indien echter de prijs voor de herstelling hoger ligt, geeft de meerderheid de voorkeur aan de aankoop van een nieuw toestel. Uiteraard is het type goed hier belangrijk: meer consumenten laten een fiets of een huishoudelijk toestel herstellen dan een meubel of een kledingstuk. Meer verrassend is het feit dat voor elektronische producten zoals smartphones dubbel zoveel (45%) consumenten er de voorkeur aan gaven om hun telefoon in geval van panne tijdens het voorbije jaar weg te gooien of te recyclen in plaats van deze te laten herstellen.

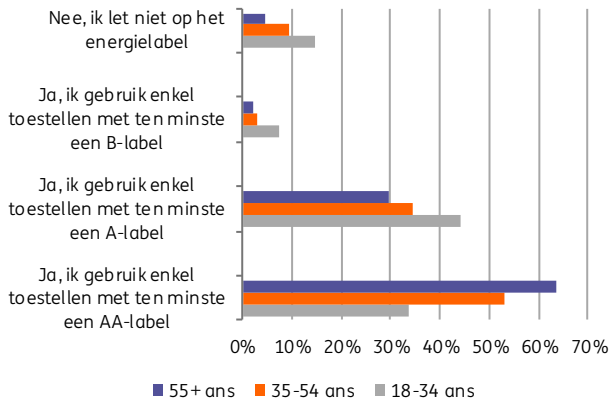
In België is het elektriciteitsverbruik een belangrijke factor voor de beslissing tot aankoop

Tot slot besteedde onze enquête ook even aandacht aan de invloed en het belang van de labels in België. Het is namelijk zo dat 90% van de respondenten belang hecht aan het energielabel van de gekochte toestellen. We stellen echter vast dat dit percentage lager is bij de jongeren (Grafiek 5): slechts 33% gebruikt toestellen met een label van minstens AA, tegenover 66% bij 55-plussers.

75% van de Belgen weet immers hoeveel zij betalen voor elektriciteit, ook al weet slechts 45% bij benadering hoeveel ongeveer hun verbruik in kilowatt bedraagt. Zo geeft 45% van de respondenten aan dat ze hun verbruik controleren na de aankoop van een duur toestel. Labels zijn dus een belangrijk onderdeel van het dagelijks leven van de Belgen. Bovendien geeft 32% van de respondenten aan dat, indien ze morgen van energiebron zouden

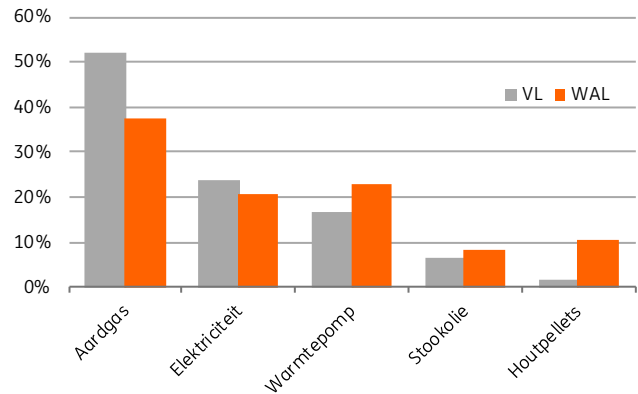
veranderen, ze de voorkeur zouden geven aan meer groene stroom (tegenover 13% die een goedkopere energiebron wenst, en andere die onbeslist zijn of die niet van energiebron wensen te veranderen). In dit opzicht blijft in België aardgas de ideale energiebron voor 52% van de Vlaamse, en 37,5% van de Waalse respondenten. Houtpellets en warmtepompen zijn duidelijk meer in trek in het zuiden van het land (Grafiek 6).

Gr 5 Energielabel: een belangrijke aankoopfactor, maar in mindere mate voor jongeren



Bron: ING International Survey 2019

Gr 6 Voorkeur energiebronnen in België



Bron: ING International Survey 2019

Kadertekst 1 De productie van plastic verpakkingen

Een recent onderzoek van ING² toonde aan dat plastic alomtegenwoordig is in ons dagelijks leven. Europese bedrijven verwerken jaarlijks ruim 50 miljard kilo plastic voor allerlei toepassingen zoals verpakkingen en bouwmaterialen. Naar schatting wordt ruim 8 miljard kilo gebruikt voor verpakkingen van eten en drinken, dat staat gelijk aan het gewicht van 8 miljoen auto's. Voor voedingsfabrikanten en supermarkten is plastic een onmisbaar materiaal. In vergelijking met andere verpakkingsmaterialen, zoals karton, blik of glas, is plastic licht, flexibel en goedkoop. Verder draagt het bij aan de voedselveiligheid en houdbaarheid en biedt het gemak bij het transport en het gebruik van producten.

Aan de populariteit kleven ook nadelen. Plastic verpakkingen dragen bij aan milieuproblemen. Ze worden gemaakt uit olie en gas en vergaan nauwelijks wanneer ze als zwerfafval in het milieu belanden. In Europa zijn verpakkingen goed voor 60% van al het plastic afval. In de Benelux wordt jaarlijks per persoon zo' 30 kilogram plastic verpakkingsafval gegenereerd en de totale hoeveelheid plastic verpakkingsafval in Europa kent een stijgende trend. Doordat van het afval slechts een deel wordt gerecycled gaan waardevolle grondstoffen verloren en verbranding van plastic afval voor energieopwekking leidt onder andere tot CO₂ uitstoot.

Het totale aantal plastic verpakkingen stijgt volgens onderzoek van ING de komende jaren verder. In de meeste Europese landen groeit de bevolking en daarnaast neemt het verpakkingsgebruik per persoon toe. Dit komt door trends in consumptiegedrag, zoals de groei in het gebruik van gemakproducten (bijvoorbeeld voorgesneden groente en fruit).

² Door Thijs Geijer, Senior Econoom ING (Amsterdam): [beschikbaar hier](#) (binnenkort ook verkrijgbaar in Engelse versie)

Ook stijgt de vraag naar kleinere verpakkingen vanwege de groei van het aantal eenpersoonshuishoudens. Door de toename van het aantal (eenmalige) plastic verpakkingen manifesteren de problemen die plastic met zich meebrengt zich steeds nadrukkelijker.

Vanwege de milieu-impact en de negatieve houding van consumenten tegenover plastic streven steeds meer voedingsfabrikanten en retailers naar minder verpakkingsmateriaal en betere plastic verpakkingen. De voedingssector kan op verschillende manieren de hoeveelheid benodigd plastic verminderen, de recycling bevorderen en de milieudruk van verpakkingen verlagen. Voorbeelden zijn het lichter maken van verpakkingen, de toepassing van gerecycled materiaal of het weglaten van de verpakking (mits dat laatste niet tot meer voedselverspilling leidt). Geen enkele oplossing is op zichzelf afdoende om de plastic problematiek te verhelpen en dat maakt combinaties noodzakelijk.

Disclaimer

Deze publicatie, opgesteld door de afdeling Economische en Financiële Analyse van ING België N.V. ("ING") is uitsluitend bedoeld ter informatie en houdt geen rekening met de beleggingsdoelstellingen, financiële situatie of middelen van een bepaalde gebruiker. De informatie in deze publicatie is geen aanbeveling om te beleggen en is geen juridisch, fiscaal of beleggingsadvies noch een aanbod of uitnodiging om financiële instrumenten te kopen of te verkopen. Alle redelijke maatregelen werden genomen om ervoor te zorgen dat deze publicatie niet onwaar of misleidend is, maar ING kan niet garanderen dat de informatie volledig is of de informatie meegedeeld door derden correct is. ING is niet aansprakelijk voor directe, indirecte of gevolgschade die voortvloeit uit het gebruik van deze publicatie, behoudens grove fout van ING. Tenzij anders vermeld, zijn eventuele opinies, voorspellingen of schattingen uitsluitend toe te rekenen aan de auteur(s), zoals deze gelden op de publicatiedatum. Bovendien kunnen deze zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd.

Mogelijk is de verspreiding van deze publicatie onderworpen aan wettelijke of reglementaire beperkingen in verschillende rechtsgebieden en wie die deze publicatie in handen krijgt, dient zich te informeren over, en zich te houden aan, deze beperkingen.

Op dit rapport zijn auteurs- en databankrechten van toepassing en dit rapport mag niet gereproduceerd, verspreid of gepubliceerd worden voor welke doeleinden dan ook zonder de voorafgaandelijke, uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van ING. Alle rechten voorbehouden. Aan de publicerende juridische entiteit, ING België N.V is vergunning verleend door de Nationale Bank van België en zij staat onder toezicht van de Europese Centrale Bank (ECB), de Nationale Bank van België (NBB) en de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA). ING België N.V. is opgericht in België (ondernemingsnummer 0403.200.393 te Brussel).

Voor Amerikaanse beleggers: Wie dit rapport wenst te bespreken of transacties wenst uit te voeren met de effecten die hierin besproken werden, dient contact op te nemen met ING Financial Markets LLC, dat lid is van de NYSE, FINRA en SIPC en onderdeel is van ING, en dat de verantwoordelijkheid draagt voor de verspreiding van dit rapport in de Verenigde Staten conform de toepasselijke voorschriften.

Verantwoordelijke uitgever: Peter Vanden Houte, Marnixlaan 24, 1000 Brussel, België