

Duurzaamheid is geen optie



Beyond all expectations

 **Smurfit Kappa** | E-commerce

Met verduurzamen win je klanten!

Duurzaamheid wordt steeds belangrijker binnen de e-commerce sector. Binnen de sector liggen de kansen voornamelijk op het gebied van energieverbruik, logistiek en verpakkingen. Als verpakkingsproducent nemen wij onze verantwoordelijkheid en we spelen graag een rol in de verduurzaming. Doordat we dagelijks in gesprek zijn met klanten en experts op het gebied van duurzaam verpakken binnen de e-commerce hebben we actueel inzicht in de trends en ontwikkelingen van de sector.

Duurzaamheid is voor ons geen trend, maar het zit in ons DNA. Wij zijn ervan overtuigd dat papieren verpakkingen een belangrijke rol kunnen spelen in het verduurzamen van onze planeet. Smurfit Kappa heeft hiervoor het initiatief Better Planet packaging gelanceerd in 2019. We nemen onze verantwoordelijkheid voor de wereld waarin wij werken. Daarom willen we leidend zijn in de duurzaamheidstransitie van kartonnen verpakkingen. Onze ambitieuze doelstellingen op vijf geformuleerd prioriteitsgebieden voor duurzaamheid gaan ervoor zorgen dat wij dit gaan realiseren.

Dankzij onze 16 productie locaties in de Benelux, kunnen wij verpakkingen op basis van papier produceren in de buurt van onze klanten. Wij ontwerpen en maken op maat gemaakte verpakkingen die aansluiten bij de producten en behoeftes van onze klanten. In onze inhouse-design studio kunnen we binnen zeven dagen een prototype ontwikkelen zodat de klanten voor productie kunnen zien en voelen wat zij kopen. Hiermee spelen we snel in op de behoefte van consumenten en helpen wij onze klanten om meer klanten te winnen.

Stefan Terink

Directeur Sales & Marketing Benelux
Smurfit Kappa



Bos

Aan het eind van 2020 verkochten we 93,8% van onze verpakkingen Chain of Custody gecertificeerd volgens FSC® of PEFC™ normen.



Klimaatverandering

Tegen het einde van 2020 hebben we een reductie van 37,3% van fossiele CO₂ uitstoot door onze papier- en kartonfabrieken gerealiseerd sinds 2005.



Water

We hebben het chemisch zuurstofverbruik verlaagd met 38,2% sinds 2005



Afval

27,7 minder afval naar stortplaatsen sinds 2013.



Mensen

29,0% vermindering van het totale aantal ongelukken in 2020.

Impact maken met duurzame e-commerce verpakkingen

IN DEZE WHITEPAPER

1. Introductie: Met verduurzamen win je klanten	2
2. Trends binnen de e-commerce sector	4
3. Het belang van een verpakking	8
4. Verduurzaming van het verzendproces	9
5. Toekomst van de e-commerce verpakkingen	10
6. Tien tips om jouw e-commerce proces te verduurzamen	12
7. Colofon	13

Trends binnen de e-commerce sector

De e-commerce markt is het afgelopen jaar flink gegroeid vanwege de coronacrisis. Het totale aantal online inkopen steeg met 27% blijkt uit onderzoek van thuiswinkel.org. Door de sluiting van de fysieke winkels, deden meer mensen hun inkopen online. Ondernemers moesten creatief zijn en webshops schoten als paddenstoelen uit de grond.



online
inkopen
2020

+27%

PostNL
bezorgingen
2020

337
MILJOEN

E-commerce manager van Smurfit Kappa, Philippe Christiaansen ziet ook een stijging in het aantal aanvragen voor e-commerce verpakkingen. Klanten hechten steeds meer waarde aan een duurzame verpakking die aansluit bij de merkbeleving van een e-commerce bedrijf. Philippe ziet drie belangrijke trends en oplossingen om de supply chain van e-commerce bedrijven te verduurzamen.

Wie bedrijfsprocessen verduurzaamt, overleeft!

Duurzaamheid staat op iedere strategische agenda. In een periode waarin

het aanbod stijgt, is het belangrijk dat ondernemers zich onderscheiden. De consument hecht steeds meer waarde aan duurzaamheid en is kiest bewuster wat zij wel of juist niet aanschaffen. Daarbij verwachten zij dat de merken en bedrijven waar zij kopen, hen helpen bij het maken van een duurzame keuze. Dit versterkt de ambitie van bedrijven om te verduurzamen. In principe is dit niet nieuw, maar de verduurzamingsambitie raakt nu ook de dagelijkse bedrijfsvoering – van productaanbod tot verpakking. Philippe Christiaansen, vertelt dat Smurfit

Kappa leider wil zijn in de duurzaamheids-transitie voor e-commerce verpakkingen in de Benelux. "Wij dragen bij in deze discussie door kritisch te kijken naar de gehele supply chain van onze klanten en proactief projecten te benoemen waarbij wij kansen voor verbetering zien."

Kopen bij de bron

"Veel retailers en e-commerce partijen kopen hun verpakkingen via de tussenhandel. Maar weet je dan, hoe de verpakking gemaakt wordt? Een FSC logo is vrij makkelijk op een verpakking gedrukt." Philippe Christiaansen ziet een stijging

in het aantal retailers en e-commerce partijen dat hun kartonnen verpakkingen rechtstreeks bij de producent koopt. "Op die manier weten ze 100% zeker hoe de samenstelling van het product is. Bijkomend voordeel is dat je verpakking het niet honderden kilometers (CO₂-uitstoot) aflegt. Met 16 productielocaties in de Benelux, is er altijd een Smurfit Kappa vestiging bij jou in de buurt."

Veranderende consumenten

Uit recent onderzoek van Smurfit Kappa blijkt dat 59% van de consumenten rekening houdt met duurzaamheid bij

het maken van een aankoopbeslissing. Een stijgend aantal consumenten koopt duurzame producten en deze groep is bereid om hier iets meer te betalen. Uit onderzoek van thuiswinkel.org blijkt dat 70% van de consumenten het heel belangrijk vindt dat webwinkels hun producten met minder verpakkingsmateriaal versturen. 58% ergert zich aan verpakkingen die in verhouding met het product, veel te groot zijn. "Dit zien we ook in de ontwikkeling van e-commerce verpakkingen. Het gebruik van gerecycled karton stijgt. Fit-to-size verpakkingen die goed aansluiten op het te versturen product, gemaakt van slechts een soort materiaal (monomateriaal). De bedrukking op de verpakking is vaak minimaal en de gebruikte inkt zo min mogelijk milieubelastend. De bedrukking is vaak een vorm van communicatie, waarmee de recycleerbaarheid van de verpakking met een ontvanger gedeeld wordt. "Met onze tools zoals de onafhankelijke levenscyclusanalyse (LCA) en Perfect Sized Parcel kunnen we aantonen hoe je de CO₂-uitstoot van de verpakkingen kan reduceren," aldus Philippe.

Groeiende e-commerce markt
Afgelopen jaar (2020) bezorgde PostNL 337 miljoen pakketten in Nederland.

"Veel webshops waren niet voorbereid op deze drukte en de focus lag niet op het gebruik van duurzame verpakkingen."

Dit aantal lag een stuk hoger dan voorgaande jaren. We kunnen dan ook spreken van een flinke groei op de e-commerce markt. Ellen de Lange, projectmanager sustainability van brancheorganisatie Thuiswinkel.org stelt dat de groei van de markt invloed heeft op

de manier van verpakken. "Veel webshops waren niet voorbereid op deze drukte en de focus lag niet op het gebruik van duurzame verpakkingen. Op dit moment is het belangrijk dat de sector gaat verduurzamen en de verpakkingen beter aansluiten bij het te versturen product." Thuiswinkel.org heeft zich als brancheorganisatie gecommitteerd aan het klimaatakkoord. Het doel is om in 2025 de helft minder CO₂ uit te stoten binnen de e-commerce sector dan in 2018. Op dit moment heeft de overheid nog geen regelgeving rondom CO₂-beperkingen voor de sector, maar die komen er wel aan op Europees niveau. Deze regels gaan dan ook voor Nederlandse

webshops gelden. Wel is er regelgeving op andere duurzame gebieden binnen de e-commerce zoals het terugdringen van het gebruik van plastic zakken (voor food) en van single use plastics. Mogelijk komt er regelgeving op retouren.

LEES het hele interview met Ellen de Lange



Consument wil minder afval

Sven Noordhoek, kijkt als Chief Marketing Officer van WasteBoards (producent van skateboards gemaakt van plastic doppen) vooral naar de wensen van de consument.



"Onze verpakking vertelt het verhaal van WasteBoards en draagt dus bij aan de unboxing experience."

"We merken dat de consument steeds meer behoefte heeft aan verpakkingen die aansluiten bij het product. Op dit moment zijn e-commerce-verpakkingen vaak veel te groot in verhouding tot het product en de loze ruimte wordt opgevuld met opvulmateriaal. Dat levert veel overbodig afvalmateriaal op." Noordhoek was bij een eerdere werkgever verantwoordelijk voor het opzetten van plastic recycling in Nederland. "In het begin had men een positief gevoel over plastic recycling. De grijze container was ineens een stuk leger en mensen hadden het idee dat ze een duurzame keuze maakten. Inmiddels is het imago van afval steeds negatiever en ergert de consument zich aan de grote hoeveelheid verpakkingen die we dagelijks weggooien. Men ergert zich ook aan e-commerce-verpakkingen die te groot zijn in verhouding tot het bestelde product. De papiercontainer van de consument raakt sneller vol en daar zit niemand op te wachten. Daarom moeten we stappen zetten om e-commerce verpakkingen te verduurzamen."

LEES het hele interview met Sven Noordhoek

Binnen WasteBoards heeft Noordhoek ervaren dat een op maat gemaakte verpakking beter ontvangen wordt. Klanten laten van zich horen wanneer ze een pakket ontvangen wat niet voldoet aan hun eisen. "Vroeger kregen we regelmatig klachten over het feit dat onze verpakking veel te groot was in verhouding tot het product. Als een verpakking dan ook nog eens beschadigd aankomt, levert dit veel negatieve reacties op. Iets wat je als ondernemer natuurlijk niet wilt. We kregen van klanten te horen dat ze het product mooi vonden, maar de manier van verzenden vonden ze maar niks." Inmiddels heeft WasteBoards samen met Smurfit Kappa een passende verpakking ontworpen waar het skateboard precies in past. "In plaats van klachten, kregen we juist positieve reacties. Onze verpakking vertelt het verhaal van WasteBoards en draagt daarmee bij aan de unboxing experience."

JOIN
THE
RIDE | **WasteBoards**
www.wasteboards.com



Branche plannen

Duurzaam verpakken binnen de e-commerce sector is één van de speerpunten van brancheorganisatie Thuiswinkel.org. Om deze plannen te concretiseren, is het branche-verduurzamingsplan 2019-2022 opgesteld in samenwerking met het KIDV (Kennisinstituut Duurzaam Verpakken).

Hierin zijn meerdere doelen gesteld om de gehele e-commerce sector te verduurzamen. De komende jaren focust de branchevereniging zich op materialen, luchtreductie; de inzet van herbruikbare verpakkingen en verpakkingen die gemakkelijker te recyclen zijn.

Vanwege de coronacrisis verloopt de lucht- en materiaalreductie niet zoals gepland en is het nog onduidelijk of de doelen haalbaar zijn. "Door de enorme stijging van online bestellingen, hadden veel ondernemers een tekort aan verzendverpakkingen. Het was al een grote uitdaging om alle bestelde

producten überhaupt op tijd bij de klant te krijgen." Ellen de Lange zegt blij te zijn dat het aantal gerecycleerde verzendverpakkingen toeneemt. Ook Nynke Arntzen, verpakkingskundige van het KIDV ziet dat het steeds beter gaat. "Wij krijgen veel aanvragen van bedrijven die advies willen om hun verpakkingen te verduurzamen en dat is een goed teken. Wij helpen door tools aan te bieden die inzicht geven in alles wat met duurzaam verpakken te maken heeft."

LEES meer over het verduurzamingsplan

VERDUUR-
ZAMINGSPLAN

2019/
2022



Het belang van een verpakking

"Als het over duurzaamheid gaat, denken veel bedrijven goed op weg te zijn als hun verpakking van bepaald materiaal gemaakt is, bij voorkeur met een duurzaam imago. Dat is niet automatisch zo", stelt Nynke Arntzen.



"Een verpakking heeft naast bescherming bieden, ook andere functies."

"Duurzaamheid is meer dan alleen het verpakkingsmateriaal. Je moet ook kijken naar zaken zoals logistiek, het gedrag van consumenten en het productieproces. En naar het beleid van een onderneming. Welke positie neemt duurzaamheid daarin in?" Uiteindelijk telt voor Arntzen dat een verpakking doet waar hij voor gemaakt is. "Het materiaal kan wel een duurzaam imago hebben, maar als de verpakking het product niet goed beschermt en er gaat iets kapot, dan bereik je juist het tegenovergestelde effect."

Een verpakking heeft naast bescherming bieden, ook andere functies. Verpakkingen spelen een belangrijke rol in marketing en communicatie, opslag, transport en gebruiksgemak. Oftewel het gemak en comfort voor consumenten en eindgebruikers. "Het is belangrijk dat je bij het

ontwikkelen van een verpakking kijkt naar al deze verschillende functies en naar de kansen om op meerdere vlakken duurzaam te zijn."



Om bedrijven hierin te ondersteunen, ontwikkelde het KIDV het Vijf perspectieven-model.

LEES MEER over het KIDV 5-perspectieven model

In het proces om verpakkingen te verduurzamen, is het volgens Arntzen belangrijk dat bedrijven zich focussen op specifieke gebieden. "Je kunt immers niet alles in een keer goed doen. Een kleine stap in de goede richting, is een stap vooruit."

LEES het hele interview met Nynke Arntzen



Kennisinstituut
Duurzaam Verpakken

Verduurzaming van het verzendproces

Logistieke partijen zijn cruciaal in het e-commerce proces. In Nederland is PostNL verantwoordelijk voor het veilig bezorgen van het merendeel van alle pakketten. Het bedrijf adviseert haar klanten regelmatig op het gebied van duurzaamheid.

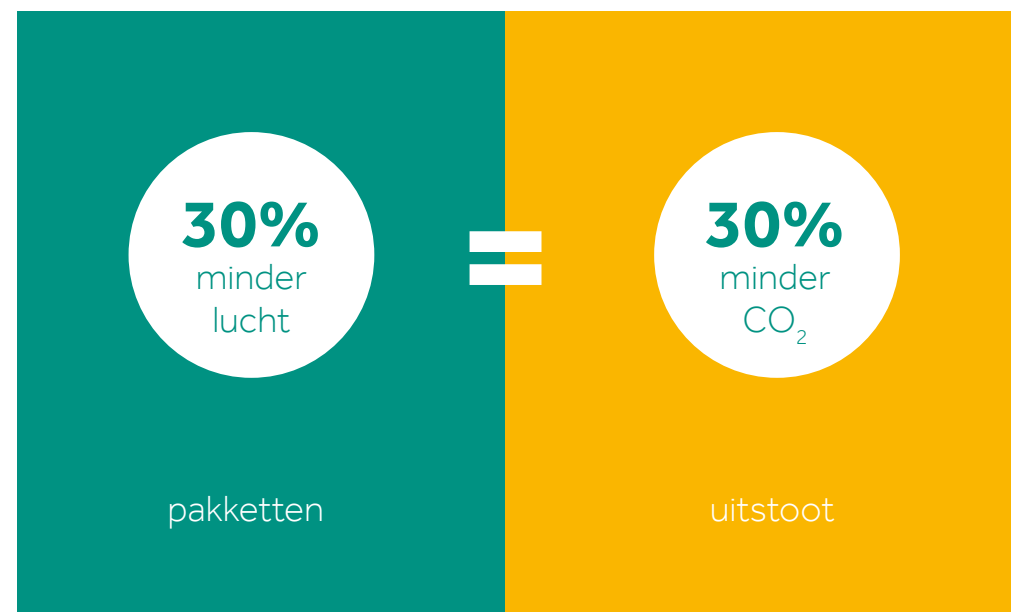


"Wanneer een verpakking beter aansluit bij het product, is de kans groot dat het gehele pakket kleiner wordt."

"Het advies dat ik het meeste geef, is de verpakking zoveel mogelijk te verkleinen. Iets simpels als extra hoogterillijnen bij een kartonnen doos kan al een groot verschil

maken. Bij het inpakken van de bestelling, kun je de verticale rillijnen insnijden en het pakketje zo klein mogelijk opvouwen," aldus Henk Knulst van PostNL. Een manier om de lucht in pakketten te verminderen, maar het gebruikte materiaal blijft hetzelfde. Minder lucht heeft invloed op de hele keten. "Wanneer een verpakking beter aansluit bij het product, is de kans groot dat het gehele pakket kleiner wordt. Op die manier kunnen wij meer pakketten meenemen tijdens een bezorgronde, waarmee we CO₂ besparen. Simpel gezegd, 30% minder lucht in pakketten, zorgt voor 30% minder CO₂-uitstoot."

Sinds eind 2020 berekent PostNL toeslagen voor pakketten boven een bepaald formaat. "Als een pakket meer dan 50 dm³ is, berekenen we €0,50 extra.



Pakketten met meer dan 100 dm³ lucht kosten de webshop €1,50 en alle pakketten groter dan 200 dm³ kosten €3,01 extra. "Het berekenen van de toeslagen is bedoeld om webwinkels aan te moedigen om voor beter passende verpakkingen te kiezen. Veel webshops zijn ooit begonnen met een aantal generieke bruine dozen en tijdens de groei van het bedrijf is hier niks aan veranderd. Soms kan de uitbreiding van het aantal soorten verzendverpakkingen al een groot verschil maken. Daarmee breng je de verpakkingen beter in verhouding met het te verzenden product."

Het is natuurlijk ook mogelijk om in gesprek te gaan met een verpakkingsleverancier die een verpakking ontwerpt die volledig aansluit bij jouw producten.

LEES het hele interview met Henk Knulst



Toekomst van de e-commerce verpakkingen

De e-commerce sector kan heel wat stappen te zetten op het gebied van duurzaam verpakken. Duurzaamheid speelt zich af op meerdere vlakken en de sector staat hierin voor verschillende uitdagingen. Smurfit Kappa kan haar klanten helpen bij alle mogelijke duurzaamheids- en verpakkingsuitdagingen. Bijvoorbeeld door gebruik te maken van verschillende eSmart tools waarmee we berekeningen en analyses van uw verpakkingsportfolio maken.

LEES MEER
over de e-smart tool

Betere verhouding tussen product en verpakking

Het belangrijkste en meest zichtbare verbeterpunt binnen de sector is de verhouding tussen het volume van de single/multi parcels en de verpakking zelf. Door slimme keuzes te maken ten aanzien van het type verpakking en het aantal formaten in relatie tot je assortiment, kun je de hoeveelheid te grote verpakkingen reduceren. Met behulp van parcel data

kan Smurfit Kappa een overzicht van de afmetingen van je verpakkingen maken en de huidige situatie analyseren. Vanuit de analyse kunnen we het verpakkingsformaat reduceren en daarmee de CO₂-footprint verminderen.

Onverpakt verzenden

Op dit moment verstuurt een aantal webshops een deel van het assortiment in de productverpakking. Ellen de Lange,

Nynke Arntzen en Henk Knulst zijn voorstander van het onverpakt verzenden. Volgens de experts is dit een goede manier om lucht te reduceren en materiaal te besparen. De productverpakking moet wel voldoen aan een aantal eisen. Nynke Arntzen: "Het is belangrijk dat de productverpakking voldoende bescherming biedt om het product veilig en schoon door het e-commerce kanaal te laten gaan.

Ook mogen de producten niet diefstal- of privacygevoelig zijn. De burens kunnen bij wijze van spreken zien wat je koopt, dus daar moet je rekening mee houden.

Volgens Henk Knulst is het belangrijk dat producten die onverpakt verzonden worden, producten zijn die niet zo vaak geretourneerd worden. "Bij PostNL zien we dat 20 tot 30% van de bestelde producten wordt teruggestuurd. Als de productverpakking geopend of beschadigd is, kun je die producten niet meer als nieuw verkopen. Je mag dan wel materiaal besparen, een nieuw product maken en versturen heeft altijd nog meer impact op het milieu." Smurfit Kappa heeft daarom de tool E-pack Expert ontwikkeld. Met deze tool kunnen wij exact berekenen aan welke eisen een verpakking moet voldoen om veilig het gehele e-commerce proces te doorlopen.

LEES MEER over de
e-pack expert tool

30%
van de
bestellingen wordt
geretourneerd

Herbruikbare verpakkingen

"Op dit moment is er een klein aantal webshops dat met herbruikbare verpakkingen werkt, en er zijn meer bedrijven die de optie aan overwegen. Ook binnen de politiek wordt gesproken over stappen richting herbruikbaarheid." Zegt Ellen de Lange.



“Belangrijk bij een herbruikbare verpakking is dat de impact van productie kleiner is dan het aantal eenmalige verpakkingen dat hij vervangt. Bovendien moet zo’n verpakking best een langere periode mee gaan om daarmee milieuwinst op te leveren. De eisen aan een herbruikbare verpakking zijn streng en de verpakking moet echt meerwaarde bieden. Op dit moment zijn er weinig herbruikbare verpakkingen die aan alle eisen voldoen. In de toekomst hopen we natuurlijk wel dat we deze stappen kunnen zetten, maar er is nog werk aan de winkel.”

Het design van een herbruikbare verpakking is cruciaal. Smurfit Kappa werkt als Europees marktleider binnen de verpakkingindustrie met Innobook, een database van alle door Smurfit Kappa ontworpen, verpakkingen.

De ontwerpers van Smurfit Kappa gebruiken Innobook als inspiratie voor het ontwerp van de ideale verpakking. PostNL heeft na meerdere tests besloten (nog) geen herbruikbare verpakkingen aan te bieden. “We willen bedrijven zeker faciliteren op het gebied van herbruikbare verpakkingen, maar gaan deze niet zelf beschikbaar stellen. Uit ons onderzoek blijkt dat slechts 70% van deze verpakkingen terugkeert. Dit betekent dat we na een aantal verzendrondes geen verpakking meer over hebben.”



Klantdata inzetten bij verduurzaming

Bedrijven beschikken over veel data en hebben daarmee inzicht in het aankoopgedrag van hun klanten. Pieter van der Linden, Business Development, e-commerce & Retail Manager bij Smurfit Kappa ziet hier mogelijkheden. “Bedrijven kunnen veel meer gebruik maken van de beschikbare data. Onlineklanten hebben namelijk invloed op het optimaal benutten van de verzendverpakking. Door de inhoud van de bestelde parcel te koppelen aan je doosformaten, kun je samen met je klant optimaliseren. Zo kun je de klant attenderen op de nog beschikbare ruimte in de verzendverpakking. Vanuit zijn aankoopgedrag kun je de klant een aanbieding doen

voor een herhaalaankoop. Daarmee kun je de onbenutte ruimte in de doos opvullen. Zo werk je samen aan de verduurzaming van e-commerce en heb je er allebei voordeel aan. De webshop draait meer omzet, de klant krijgt een interessante aanbieding en de verpakking is optimaal benut. Een win-win situatie dus.” Data biedt daarnaast nog veel meer mogelijkheden. Door parcel data te koppelen aan de gebruikte doosformaten kan Smurfit Kappa een analyse maken van de benutting van je verpakking. Dit vormt de basis om naar ideale formaten toe te werken die zijn afgestemd op je parcel data. Je kunt zo het aantal formaten reduceren, lucht in verpakkingen verminderen en het voorraadbeheer rondom verpakkingen minimaliseren.

Verpakkingen van mono-materiaal

Nynke Arntzen en Ellen de Lange zien een toekomst met verpakkingen gemaakt van mono-materiaal. “Een verpakking van slechts een soort materiaal, is het een stuk gemakkelijker te recycleren.” Papier is één van de materialen die goed hergebruikt kan worden als grondstof voor nieuwe verpakkingen. Het KIDV heeft voor verschillende verpakkingsmaterialen aparte recyclechecks ontwikkeld. Die bieden een goed overzicht van alle aspecten waar je rekening mee moet houden als je een recycleerbare verpakking wilt ontwerpen.”

LEES MEER over de KIDV recycle check



Veel mogelijkheden en kansen

Er zijn veel mogelijkheden en kansen waar e-commerce ondernemers zich op kunnen focussen om de sector te verduurzamen. Verduurzaming helpt om de afvalstromen te verkleinen, de CO₂-uitstoot te verminderen en de impact op onze planeet te reduceren. Daarnaast kan het ook helpen om je te binden aan klanten die steeds meer waarde hechten aan verduurzaming. Maak gebruik van alle beschikbare informatie en praktische tips om vandaag nog stappen te zetten richting een duurzamere wereld.



10 TIPS

OM JOUW E-COMMERCE PROCES TE VERDUURZAMEN

1

Gebruik gerecycled en/of herbruikbaar verpakkingsmateriaal.

2

Kies voor een passende verpakking met zo min mogelijk opvulmateriaal.

3

Kijk naar de mogelijkheden om een product te kunnen versturen in de originele productverpakking.

4

Gebruik zoveel mogelijk mono-materiaal.

5

Zorg er voor dat je op de hoogte bent van de juiste verpakkingsformaten van de vervoerder en dat jouw verpakkingen hier aan voldoen. Dit voorkomt extra toeslagen omdat een verpakking te groot/klein is.

6

Kies voor een verpakking die het product goed beschermt. Wanneer een product kapot aankomt is de impact in kosten en milieu veel groter omdat een product opnieuw geproduceerd moet worden.

7

Blijf in gesprek met experts van je verpakkingsproducent en onderzoek wat mogelijk is om het meest duurzame verpakkingsportfolio te ontwikkelen.

8

Communiceer op de verpakking de stappen die de consument moet doorlopen om de verpakking op de juiste manier te recycleren.

9

Maak gebruik van de slimme, beschikbare tools van de verpakkingsproducent om vanuit jouw data de uitstoot en de recycleerbaarheid van je verpakking te optimaliseren.

10

Wees kritisch wanneer je voor een herbruikbare verpakking kiest. Wanneer is die echt duurzamer? / Wees kritisch op je gehele verpakkingsportfolio. Wat is de meest duurzame keuze?

Colofon

Smurfit Kappa Benelux Experience Centre

Warandelaan 2, 4904 PC Oosterhout

The Netherlands

T +31 162 480 000

T +31 6 20204252

E Info.benelux@smurfitkappa.nl

Vormgeving Estay concept & design

Beyond all expectations

 **Smurfit Kappa** | E-commerce