

SAMENVATTING

Shopping 2020 Rapporten

Ecologie: duurzaam kopen

Ecologie speelt een aanzienlijke rol binnen de detailhandel. Veel consumenten wegen duurzaamheidsaspecten mee in hun aankoop en op dit moment geeft al 22% van de Nederlandse consumenten aan bewust te kopen. Ook willen de meeste consumenten hun ideeën over duurzaam kopen online delen en besteden de (social) media steeds meer aandacht aan duurzaamheid.

Toch zijn er nog een aantal barrières die het duurzaam kopen tegenhouden. Zo speelt de prijs een grote rol: 60% van de consumenten vindt duurzame producten op dit moment te duur, terwijl een lage prijs juist geassocieerd wordt met slechte arbeidsomstandigheden en schadelijke effecten voor het milieu. Om deze barrières weg te nemen en een duurzame keten te realiseren (zowel wat betreft de producten die gekocht worden als de bezorgwijze) dient te worden ingespeeld op een aantal trends.

Zo is zichtbaar dat wonen en werken steeds meer geïntegreerd raken, er een run ontstaat op natuurlijke hulpbronnen (zoals olie en gas) en de circulaire economie steeds prominenter in beeld komt (hergebruik en delen van producten). Men kan deze ontwikkelingen aangrijpen om een 'verduurzamingslag' door te voeren. Dit doet men door zuiniger bezorgmogelijkheden in te voeren, ander verpakkingsmateriaal te hanteren en bezorgingen te clusteren. Binnen dit veranderingsproces oefenen zowel de overheid, de markt als de consument invloed uit. Afhankelijk van het productsegment verschilt de mate van invloed per partij. Binnen het nieuwe systeem is de klant de 'key driver': hij of zij bepaalt waar en door wie er bezorgd wordt. Marktpartijen kunnen hierop inspelen door transparantie te bieden in de milieubelasting en de kosten voor CO₂-uitstoot per vervoerwijze door te berekenen (dit kan leiden tot een groenere keuze: "de vervuiler betaalt"). De overheid op haar beurt kan groen vervoer stimuleren (met name in de 'last mile': van het laatste distributiecentrum tot de klant) en zorgen voor een betrouwbare informatievoorziening wat betreft duurzame producten.

- Consumenten wegen duurzaamheidsaspecten mee in hun aankoop.
- Op dit moment zijn er echter een aantal barrières die duurzaam kopen tegenhouden
- Om de barrières weg te nemen kan worden ingespeeld op een aantal ontwikkelingen door een 'duurzaamheidslag' door te voeren
- Mogelijkheden zijn het invoeren van zuinige bezorgmogelijkheden, het gebruiken van duurzaam verpakkingsmateriaal en het clusteren van bezorgingen
- Zowel de overheid, marktpartijen als de consument oefenen invloed uit, situatieafhankelijk
- De consument is de 'key driver' en bepaalt waar en door wie er bezorgd wordt

Aanknopingspunten voor binnenstad Roosendaal:

- ✓ Maak als Roosendaalse winkelier de duurzaamheidsaspecten van een product duidelijk voor de klant (bijvoorbeeld door dit in de webshop te vermelden)
- ✓ Stel als Roosendaalse winkelier de consument centraal en speel in op zijn of haar duurzaamheidsbehoefte (inventariseer dus eerst wat en hoe groot deze behoefte is)
- ✓ De gemeente Roosendaal kan (evt. via subsidies) groene bezorging stimuleren