



Behoort bij punt 8b van de agenda van de
240^{ste} vergadering van het bestuur
d.d. 24 juni 2010

NOTA VOOR HET BESTUUR

Betreft: Campagne voor de inzameling van gebruikte frituurvetten

Inleiding

Om te bevorderen dat gebruikt frituurvet niet langer zo maar wordt weggegooid (in klinko of in het riool) maar juist wordt hergebruikt, wil het Productschap MVO het verzamelen van gebruikt frituurvet collectief gaan oppakken en promoten. Enkele vetrecyclers en frituurvetfabrikanten zijn reeds actief in deze markt, een goede startpositie voor de collectieve aanpak van:

- het vergroten van het aantal verzamelpunten (bij detaillisten en gemeentes)
- het professionaliseren van de verzameling
- het promoten van de verzameling

Door dit gezamenlijk op te pakken kunnen we als sector professioneel naar buiten treden en de stroom van te verwerken vetten vergroten. Tegelijkertijd wordt het maatschappelijk doel gediend om de reststromen uit de maatschappij te verkleinen en de brandstofvoorziening te vergroenen. Concrete besparingen kunnen worden gerealiseerd bij rioolbeheerders die jaarlijks veel kosten maken vanwege verstoppingen door vetten in het riool.

In België is men verplicht om frituurvet in te verzamelen en is reeds een aantal jaren een systeem in werking onder de auspiciën van de organisatie ValorFrit.

Doelstelling

Doelstelling is het bevorderen van het verzamelen van gebruikt frituurvet tot max. 10.000 ton per jaar, op de lange termijn. Het totale volume aan gebruikt frituurvet door consumenten is 18.000 ton per jaar, maar omdat onderzoek uitwijst dat 30 – 40% van de consumenten niet zal meedoen met verzamelen, komt de maximale verzamelhoeveelheid uit op 10.000 ton. Deze doelstelling is volledig gericht op consumenten, aangezien de horeca al sinds geruime tijd 95% verzamelt. In de horecamarkt wordt aan dit aspect tevens extra aandacht besteed door de campagne Het Duurzaamste Fastservicebedrijf van Nederland Schoon, in samenwerking met onder meer het Voorlichtingsbureau.

Uitgewerkte doelstelling

Situatie	Percentage ingezameld	In tonnen
Eind 2009	5% - 900 inzamelpunten *	500
Eind 2010	10% - 1000 inzamelpunten	1000
<i>Start Campagne 1/1/2011</i>		
Doelstellingen	Percentage ingezameld	In tonnen
Eind 2011	25% - 2000 inzamelpunten	2500
Eind 2012	35% - 3000 inzamelpunten	3500

Centrale boodschap

De centrale boodschap van de campagne:

Lever gebruikt frituurvet in bij een van de inzamelpunten bij u in de buurt. Gebruikt frituurvet kan worden hergebruikt en dat is goed voor het milieu. Bij steeds meer supermarkten, gemeentewerven en milieustraten staat een (gele) container. Giet het afgekoelde frituurvet terug in de originele verpakking of doe het in een petfles of melkpak en maak deze dicht. Gooi het gebruikte frituurvet met verpakking en al in de (gele) container. Het ingeleverde frituurvet wordt gerecycled tot onder meer biobrandstof.

Doelgroep

Gehele bevolking, accent ligt op de gezinnen die veel frituren, oververtegenwoordiging lage SES.

Topperiode frituren: december, oliebollemaand.

Sectorale aanpak

Het Productschap MVO is samen met de frituurvetfabrikanten en vetrecyclers uit zijn achterban aan de slag gegaan met voorbereidingen voor een campagne ter promotie van het inzamelen van gebruikt frituurvet. Deze voorbereidingen voor de consumentencampagne zijn in drie fasen verdeeld.

Fase 1. Algemene informatie

- tijdelijke consumentenwebsite
- frituurvetfabrikanten plaatsen logo en slogan op product
- overheden, gemeenten en stakeholders nemen advies over

Fase 2. Professionalisering van inzameling (transparantie)

- gedragscode / betrouwbare partner naar gemeente en retail
- voorbereidingen logistieke organisatie / verwerking
- uitbreiding aantal inzamelpunten

Fase 3. Consumentencampagne

- consument meer bewust maken
- concrete doelstellingen aandeel inzameling
- verwerving steun van stakeholders
- campagnestrategie

Fase 1: Tijdelijke consumentenwebsite en logo algemeen

Inmiddels heeft een reclamebureau een logo en een slogan bedacht: **Frituurvet – Recycle het!** In de afbeelding is het bijbehorende collectieve logo te zien. Op de website van Diamant frituurvet wordt het nieuwe collectieve logo reeds gebruikt: http://www.diamant.nl/pages_frituurtips/frituurvet_recyclen.html . Tevens een voorbeeld van hoe het logo er op een verpakking kan uitzien (afbeelding is een animatie). Hoewel in de eerste fase op de websitepagina's alle reeds bestaande private logo's vermeld worden, is het op termijn de bedoeling dat er één collectief logo komt.



Frituurvet – Recycle het! is tevens de URL en www.frituurvetrecyclehet.nl is een website met daarop de informatie over het inzamelen van gebruikt frituurvet. De URL is tijdelijk doorgelinkt naar speciale informatiepagina's over frituren en over gebruikt frituurvet van de website van het *Voorlichtingsbureau*, een consumenten-website. De beschikbare inzamelpunten kunnen tijdens de duur van de eerste fase via een link worden opgezocht, zowel de inzamelpunten bij retailers als die bij milieustraten. Na de eerste fase, als duidelijk is dat er een brede consumentencampagne komt, zal er een speciale campagnewebsite in het leven worden geroepen met daarop de rechtstreekse vermelding van de inzamelpunten.



Bedoeling is om in deze fase de stakeholders op de hoogte te stellen van de website en van de boodschap. Alle relevante stakeholders zullen een brief ontvangen met daarin de nieuwe informatie ter kennisgeving en met het verzoek om in de communicatie de boodschap als nieuwe richtlijn voor het omgaan met gebruikt frituurvet op te nemen.

Fase 2: Professionalisering logistieke backoffice

Gekoppeld aan de ontwikkeling van de campagne is de professionele opzet van de logistieke backoffice van het inzamelen binnen de sector. Met de sector is afgesproken dat we hiervoor gezamenlijk tot een systeem willen komen. Hierin leggen we de verantwoordelijkheden vast

voor het plaatsen van containers en het ophalen van gebruikt frituurvet. Onderdelen zullen verder zijn:

- o Opzet erkenning van meerdere vetrecyclers en gedragscode
- o Monitoringssysteem
- o Inspanningsverplichting vergroten aantal inzamelpunten

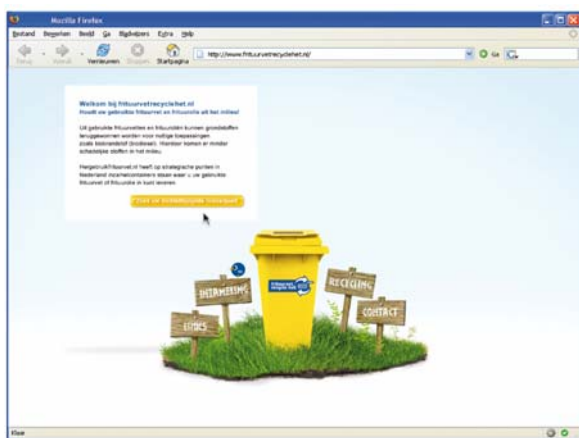
Op dit moment zijn 3 vetrecyclers actief in de retailmarkt, te weten Plegt Biodiesel (72 inzamelpunten), Benelux Vet (1000 inzamelpunten, hergebruikfrituurvet.nl in samenwerking met Remia tot eind 2010), Noba Vetveredeling (via gemeenten). Deze partijen hebben reeds aangegeven en zelfs aangedrongen op de overstaande aspecten.



Hergebruik frituurvet

Fase 3: Consumentencampagne

De URL www.frituurvetrecyclehet.nl en het logo zoals op de website getoond geven al een beeld van een campagneconcept, een concept dat in concrete activiteiten uitgewerkt kan worden als we bij de overheid en eventuele andere instanties daadwerkelijk ruimte krijgen voor het voeren van een consumentencampagne. Bijgaand een beeld van een gele inzamelcontainer met logo en hoe een mogelijk toekomstige campagnewebsite vormgegeven kan worden.



De eerste gesprekken met de overheid (ministerie van VROM en LNV) voor de ondersteuning van een consumentencampagne hebben inmiddels plaatsgehad. VROM en LNV zijn enthousiast en voorstander van een sectorale aanpak zoals door MVO gepresenteerd. De boodschap aan consumenten om frituurvet te recyclen wordt ondersteund en zal door de overheden worden uitgedragen. In de komende periode zal VROM concreet bekijken hoe de boodschap aangehaakt kan

worden bij een campagne van Stichting Rioned die reeds in de nazomer van 2010 van start gaat. Voor de periode na deze campagne liggen diverse opties open.

-0-0-0-0-0-

Rijswijk, 17 juni 2010