

Post-corona: nieuwe normaal of oude verhaal?

De korte keten kende tijdens de coronacrisis een flinke boost en ook de online-verkoop en e-commerce piekten. Tegelijk grijpen mensen in de supermarkt meer naar wegwerpmateriaal en eenmalige verpakkingen. Zullen deze trends zich doorzetten of keren we snel terug naar 'business as usual'?

6 JULI 2020 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:55



De korte keten kende tijdens de coronacrisis een flinke boost en ook de online-verkoop en e-commerce piekten. Tegelijk grijpen mensen in de supermarkt meer naar wegwerpmateriaal en eenmalige verpakkingen. Zullen deze trends zich doorzetten of keren we snel terug naar 'business as usual'?

Corona versterkt wegwerpmatenschap

Alle inspanningen om richting plasticvrij te evolueren ten spijt: door de coronacrisis dreigen we opnieuw te vervallen in een wegwerpmatenschap. In De Morgen en Het Laatste Nieuws trekken milieu- en afvalorganisaties aan de alarmbel. "Verschillende gemeenten stellen de jongste tijd een stijging vast van een nieuw corona-afvalfenomeen", zegt Nathalie Debast van Interafval in de krant. "Er is een reflex ontstaan bij burgers en bedrijven om terug te grijpen naar eenmalige verpakkingen en wegwerpmateriaal", zegt ook Frank Van Swalm van de Vlaamse Afvalstoffenmatenschap OVAM. Naast de klassieke petflessen, blikjes en wikkels, ontsieren nu steeds meer mondmaskers, bekers, handschoenen en ander beschermingsmateriaal het straatbeeld.

Mondmaskers bestaan onder meer uit polypropyleen, een kunststof die 450 jaar nodig heeft vooraleer de natuur ze kan afbreken. Alarmerend, vinden OVAM en Interafval. "Mensen koesteren door corona de gedachte dat wegwerpproducten hygiënischer en veiliger zijn. Maar er is geen enkele wetenschap die dat staft", stelt Debast.

Dezelfde trend stellen ze ook vast aan de Belgische kust. "De laatste twee weken spoelen er tal van mondmaskers en handschoenen aan. Die komen niet zozeer van de mensen op het strand, want daar draagt er amper iemand eentje. Wellicht komen die van de havens of worden die door vissers in zee gegooit", vertelt Kevin Pierloot van Proper Strandlopers in de krant.

De consument grijpt ook steeds vaker naar verpakte groenten en fruit én voorverpakte producten in de versmarkt. "Sinds de lockdown stellen we een stijging vast van 10 procent", zegt Roel Dekelver van Delhaize. Supermarkten passen zich zelfs aan het nieuwe gedrag aan. "Omdat er minder snoeptomaatjes in bulk werden verkocht, hebben we beslist om een verpakte variant aan te bieden", laten ze bij Colruyt weten.

Gezonder eetpatroon met lokale producten

Het koopgedrag lijkt zich opnieuw te normaliseren, nu de coronamaatregelen losgelaten worden. In Frankrijk zien de hypermarkten hun omzet terug stijgen, bij ons merken de korte ketenproducenten dat hun nieuwe klanten plots weer wegblijven.

Volgens Ann Detelder van Steunpunt Korte Keten kozen veel mensen uit veiligheidsoverwegingen voor die verkooppunten, dicht bij huis, omdat de producten door veel minder handen moesten gaan. “Maar we zijn er ons van in het begin van bewust geweest dat heel wat nieuwe kopers zouden afhaken, bijvoorbeeld omwille van tijdsgebrek”, meent ze. “We verwachten dat 10 tot 15 procent van die nieuwe hoeveklanten kunnen behouden blijven, maar daar moet moeite voor gedaan worden.” In de Commissie Landbouw van het Vlaams parlement pleitte ze vorige week nog voor een gedegen korteketenbeleid.

De consumenten kiezen voor meer vers, lokaal en biologisch. Die trend was al langer aan de gang, maar heeft nu een versnelling gekregen. Bovendien gaan mensen ook bewuster kopen en blijven ze minder lang in de winkel. Daardoor dalen de impulsaankopen, wat geen goed nieuws is voor discountsupermarkten. Colruyt zag bijvoorbeeld zijn marktaandeel voor het eerst dalen.

Meer voeding online?

Tijdens, maar ook na de coronacrisis, is de vraag naar e-commerce in stijgende lijn. De Belgische foodretailers waren hier allesbehalve klaar voor, analyseert RetailDetail. Investerings in onlinecapaciteit vergen immers tijd. De winkels kunnen er in de toekomst anders gaan uitzien als er meer ruimte voorzien wordt voor afhaalpunten en stockage van online bestellingen. Die afhaalpunten en -automaten zullen ook uitgerust moeten zijn om koelverse en diepvriesproducten te bewaren.

De fysieke supermarkt zal niet snel verdwijnen, maar zal zijn omzet wel zien krimpen door de opkomst van e-commerce. Het kan retailers wel aanzetten om dingen anders aan te pakken, door de winkeloppervlakte te verkleinen of een deel van het aanbod online aan te bieden via een app. RetailDetail verwijst naar het voorbeeld van de Chinese Freshippo-supermarkten van Alibaba. Daar bestellen klanten hun boodschappen via een app die ze direct meenemen of thuis laten leveren. De winkels kunnen zo meer ruimte voorzien voor de versbeleving en consumptie ter plekke. Het is natuurlijk de vraag of dit model ook bij ons ingang zal vinden.

Bron: RetailDetail / De Morgen / Belga

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>
screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>
screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra