Verbod op productvernietiging
Wat betekent dit voor jouw organisatie?

Vanaf 19 juli 2026 treedt onder de Europese Ecodesign-verordening (ESPR) een verbod in werking op de vernietiging van onverkochte kleding en schoeisel voor grote ondernemingen. Deze wetgeving dwingt organisaties tot een strategische verschuiving richting circulair ontwerp en transparantie, ondersteund door het nieuwe Digitaal Product Paspoort (DPP). Om aan deze verplichtingen te voldoen en tegelijkertijd merkwaarde en veiligheid te waarborgen, is een tijdige voorbereiding en innovatieve aanpak van retour- en reststromen essentieel. In deze whitepaper leest u hier meer over.

Nieuwe wet op productvernietiging van kracht

Per 19 juli 2026 verandert het Europese duurzaamheidslandschap ingrijpend. Vanaf die datum treedt het langverwachte verbod op de vernietiging van onverkochte kleding, kledingaccessoires en schoeisel (ook slippers) officieel in werking voor grote ondernemingen. Dit verbod is een belangrijk onderdeel van de nieuwe Europese Ecodesign-verordening (ESPR). Vanaf deze zomer is het storten of verbranden van deze onverkochte goederen voor grote bedrijven binnen de EU definitief verleden tijd.

Bij PreZero juichen we deze wetgeving toe: het past naadloos in onze visie op weg naar een samenleving die meer en meer circulair wordt. Tegelijkertijd begrijpen we heel goed dat productvernietiging voor veel bedrijven tot nu toe een bewuste en noodzakelijke stap was om hun merk en kwaliteit te beschermen. Hoe bereid je je voor op deze nieuwe realiteit en hoe maken we samen de cirkel rond?

Elk jaar worden er miljoenen tonnen aan onverkochte goederen afgedankt. De nieuwe Europese wetgeving legt de focus daarom direct op de bron. Door de vernietiging van onverkochte goederen aan banden te leggen, dwingt Europa de markt om overproductie tegen te gaan en hoogwaardige alternatieven te zoeken.

Waarom bedrijven kiezen voor productvernietiging

Productvernietiging wordt in de media soms snel bestempeld als ‘fout’ of ‘onnodig’, maar in de praktijk ligt dat een stuk complexer. Bedrijven hebben vaak legitieme en strategische redenen om goederen niet zomaar op de markt te brengen:

- Bescherming van merk en imago: fabrikanten willen voorkomen dat overtollige voorraden of oudere collecties via dumpkanalen op de grijze markt belanden.
  Dit kan zorgen voor waardeverlies van het merk en kannibalisatie op lopende, duurdere productlijnen.
- Kwaliteit en veiligheid: denk aan afgekeurde partijen, productiefouten of goederen waarvan de uiterste houdbaarheidsdatum (zoals bij cosmetica) is verstreken. Deze mogen simpelweg niet in de verkeerde handen of bij de consument terechtkomen.
- Exclusiviteit en uniformen: ook het discreet vernietigen van oude bedrijfskleding en uniformen is essentieel om misbruik of fraude te voorkomen.

Kortom: productvernietiging biedt bedrijven de garantie dat producten definitief en 100% veilig van de markt verdwijnen. We snappen dan ook dat organisaties die hier nu mee te maken hebben, snel op zoek moeten naar alternatieven die dezelfde garanties bieden, maar wél binnen de nieuwe wet passen.

De wet in het kort: wat verandert er per 19 juli 2026?

De wetgeving maakt onderscheid op basis van bedrijfsgrootte en kent momenteel twee grote pijlers binnen de ESPR:

1. Het vernietigingsverbod (textiel & schoeisel): grote bedrijven (meer dan 250 werknemers en een omzet boven 50 miljoen euro) mogen onverkochte kleding en schoenen niet meer vernietigen. Middelgrote bedrijven krijgen een overgangstermijn van zes jaar (tot 19 juli 2030). Micro- en kleine ondernemingen zijn momenteel uitgezonderd.
2. De transparantie- en rapportageplicht: grote ondernemingen zijn verplicht om jaarlijks openbaar te maken hoeveel onverkochte consumentenproducten zij afdanken, waarom dit gebeurt en welke route (zoals hergebruik of recycling) deze producten hebben afgelegd. Dit geldt op termijn breder dan alleen textiel.

De uitzonderingen: Deze stukken mogen wel worden vernietigd door shredderen of verbranden

1. De uitzondering van 'De-branding': Vernietiging is bij merkkleding alleen nog toegestaan als het technisch onmogelijk is om de beschermde logo's, merknamen of specifieke herkenbare kenmerken van de kleding te verwijderen.

   Eerst aanpassen, dan pas vernietigen: Als een logo wél kan worden losgemaakt, overgestikt of weggesneden (de-branding), moet het merk de kleding gereedmaken voor hergebruik, upcycling of donatie. Pas als dit aantoonbaar technisch of economisch onhaalbaar is, mag het kledingstuk - na strenge onderbouwing - worden gerecycled of vernietigd.

2. Namaak goederen (Counterfeit): Kleding die in beslag is genomen omdat het om illegale namaak gaat, mag uiteraard wél altijd vertrouwelijk worden vernietigd.

3. B2B-status: Bedrijfskleding die specifiek voor het eigen personeel is geproduceerd of binnen een puur zakelijk (B2B) contract valt, is in de basis niet bedoeld voor de consumentenmarkt.

   De harde uitzondering: Veiligheid en Beveiliging: Voor veel bedrijfskleding geldt een officiële uitzondering vanwege veiligheidsrisico's. Uniformen van bijvoorbeeld politie, douane, beveiligingsbedrijven, banken of netbeheerders mogen absoluut niet in omloop raken. Als buitenstaanders deze kleding kunnen bemachtigen, ontstaat er een risico op identiteitsfraude of spionage. In dergelijke gevallen is vertrouwelijke vernietiging (vaak met een vernietigingscertificaat) juist verplicht en toegestaan.

Voldoen aan de nieuwe regels: circulair ontwerp en eco-design

Het verbod op productvernietiging dwingt ons kritisch te kijken naar hoe producten worden gemaakt. De ESPR stelt namelijk dat duurzame producten de norm moeten worden op de Europese markt. Dit betekent dat de nadruk verschuift naar circulair ontwerp (eco-design).

De Europese Commissie gaat per productgroep strenge prestatie- en informatie-eisen invoeren. Denk hierbij aan eisen rondom herbruikbaarheid, repareerbaarheid, de aanwezigheid van zorgwekkende stoffen die recycling verhinderen, en het verplichte aandeel recyclaat in nieuwe producten. Door producten vanaf de tekentafel zo te ontwerpen dat ze langer meegaan, makkelijk te repareren zijn en eenvoudig kunnen worden ontmanteld, wordt overproductie voorkomen en is hoogwaardige recycling aan het einde van de levensduur gegarandeerd.

Alle productinformatie op één plek: het Digitaal Product Paspoort (DPP)

Om dit alles in goede banen te leiden, introduceert de EU het Digitaal Product Paspoort (DPP). Dit wordt de centrale gegevensdrager die gekoppeld is aan een product, bijvoorbeeld via een QR-code.

Het paspoort bevat cruciale informatie over duurzaamheid en circulariteit. Denk aan een handleiding voor reparatie, de milieu footprint en informatie over de verwerking aan het einde van de levensduur.

Wat zijn de voordelen van het DPP?

- Optimale recycling: afvalverwerkers en recyclers (zoals PreZero) kunnen via het openbare webportaal het DPP raadplegen. We weten daardoor exact welke materialen in een product zijn verwerkt en hoe we deze schone grondstoffen optimaal kunnen terugwinnen.
- Eenvoudigere reparatie: fabrikanten moeten via het DPP informatie delen over hoe consumenten producten kunnen (laten) repareren en welke reserveonderdelen beschikbaar zijn.
- Transparantie in de keten: het helpt jouw organisatie om moeiteloos aan te tonen dat je voldoet aan de wettelijke eisen en bouwt een sterke vertrouwensband op met de consument.

Wanneer 'moet' het DPP er zijn?

Het DPP wordt stapsgewijs ingevoerd per productgroep. De Europese Commissie werkt momenteel met prioriteit aan de eerste vereisten voor productgroepen zoals textiel, meubels, ijzer en staal, aluminium en banden. Naar verwachting moeten de eerste categorieën vanaf 2026/2027 verplicht voorzien zijn van een operationeel paspoort. Omdat het traject tot de definitieve vaststelling en implementatie complex is, moeten bedrijven nu al hun ketens hierop inrichten.

Kansen voor een circulaire toekomst: onherkenbaar als nieuwe grondstof

PreZero heeft productvernietiging in haar portfolio en we blijven organisaties hierin ondersteunen waar dat wettelijk mag en noodzakelijk is (denk aan datadragers of medische producten). Maar de aangescherpte wetgeving daagt ons óók uit om samen naar innovatieve oplossingen te kijken.

Onze visie is dat afval de grondstof is voor iets nieuws. Bij productvernietiging is de onherkenbaarheid en discretie van jouw product bij ons altijd 100% gewaarborgd. Het eindresultaat is afhankelijk van je product en de verwerker. Poyesters en werkjassen worden bijvoorbeeld gebruikt in bermpaaltjes en jeans wordt isolatiemateriaal. Katoen wordt weer omgezet in garens of vilt voor de automotive industrie.
Zo is de merkwaarde volledig beschermd en dienen de restmaterialen weer als schone grondstof voor nieuwe producten. Hiermee voldoen we aan de wet én behouden we waardevolle materialen voor de toekomst.

Samen sparren over de beste oplossing?

De deadline van 19 juli 2026 staat voor de deur. De rapportageverplichtingen, de transitie naar eco-design en de komst van het Digitaal Product Paspoort vragen nu om een strategische blik op je retour- en reststromen. We begrijpen dat dit impact heeft op je bedrijfsvoering en dat je behoefte hebt aan een betrouwbare partner die met je meedenkt. Wil je weten wat de exacte impact van deze wet is op jouw organisatie? Of wil je onderzoeken hoe we jouw onverkochte stromen discreet, veilig en compliant kunnen verwerken?

- Neem contact op met je vaste accountmanager bij PreZero om de mogelijkheden binnen je huidige dienstverlening te bespreken.
- Schakel de hulp in van onze Zero Waste adviseurs. Zij kijken met een brede, circulaire blik naar jouw processen en helpen je om van compliance een duurzaam voordeel te maken.

Samen sluiten we de keten. Zero waste, daar gaan we voor!

Meer weten? Kijk op prezero.nl of mail naar communicatie.nl@prezero.com

Circular.
By Nature.