

Belangrijkste inzichten en data Circular Reality Scan 2026

Cluster 2, juli 2026



Inhoud



Over het onderzoek	3
De kloof tussen ambitie en gedrag in circulariteit	4
Hoe circulair zijn we echt? De inzichten	5 - 9
Contact voor media	10



Over het onderzoek

De Circular Reality Scan 2026 is een representatief onderzoek onder 1.000 Belgische consumenten (18–70 jaar) en 200 Belgische bedrijven (≥ 10 werknemers).

Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau Ipsos in opdracht van Renewi.

Met deze scan brengt Renewi trends in kennis, houding en gedrag rond recycling en circulariteit in kaart. Het onderzoek geeft een actueel en representatief beeld van de mate waarin intenties overeenkomen met werkelijk gedrag in België.



De kloof tussen ambitie en gedrag in circulariteit

Belgen – consumenten en bedrijven - zien zichzelf graag als recyclagekampioenen. Als koplopers in circulariteit. We sorteren, we doen ons best, we geloven dat we goed recycleren en duurzame keuzes maken. Maar klopt dat zelfbeeld?

De Circular Reality Scan 2026 is een grootschalig Ipsos-onderzoek onder Belgische consumenten en bedrijven. Voor het eerst brengt het beide perspectieven samen en laat zien waar ambities, verwachtingen en gedrag uit elkaar lopen, en waarom dat de circulaire transitie vertraagt.

Het resultaat: een reality check die een duidelijke en confronterende paradox blootlegt: De Belgen geloven sterk in recyclage en circulariteit, maar handelen er te weinig naar.



1. Consumenten verwachten veel van bedrijven, maar vertrouwen in labels blijft gematigd

In aanloop naar de nieuwe Europese verpakkingsregels (PPWR)
botsen hoge verwachtingen met wantrouwen bij consumenten.



Consumenten verwachten duidelijk meer inspanningen van bedrijven:

90%

vindt dat bedrijven meer moeten investeren in het gebruik van gerecycleerde materialen.

90%

vindt dat duidelijk moet worden aangegeven wanneer die materialen worden gebruikt.



Cijfers



Tegelijk blijkt dat ze die informatie vandaag beperkt gebruiken of vertrouwen:

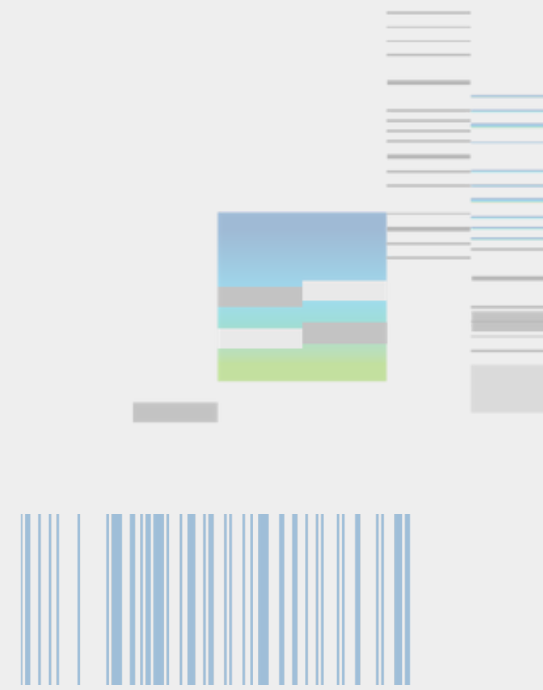
Slechts **34%**
van de consumenten zegt
bijna altijd vertrouwen te
hebben in recyclagelabels,
terwijl één op vijf aangeeft
dat bijna nooit te doen.

Slechts **50%**
van de consumenten
controleert soms of
producten gerecycleerde
materialen bevatten.

Cijfers

2. Wijdverspreide perceptie van greenwashing

Het wantrouwen van consumenten komt niet uit het niets. Uit het onderzoek blijkt dat zowel consumenten als bedrijven vinden dat organisatie zich vaak groener voordoen dan ze in werkelijkheid zijn.



Cijfers



90%

van de consumenten vindt dat veel bedrijven zich groener voordoen dan ze in werkelijkheid zijn.

77%

van de bedrijven deelt die mening.



“Als consumenten denken dat gerecycleerde materialen duurder of minderwaardig zijn, blijven labels zonder effect. Die perceptie moeten we doorbreken om de transitie naar de circulaire economie te versnellen”

Harld Peters, CEO van Renewi

Contact voor media

Persvragen? Neem contact op
met onze woordvoerders

E-mail: press@renewi.com

Website: www.renewi.com/nl-nl



Uitgevoerd door
marktonderzoeksbureau

