

# Hoe winnen in e-commerce door verborgen kosten van afval en verspilling te vermijden.

Een leidraad voor een  
circulaire supply chain.



**CHEP**  
A Brambles Company

# Inhoudsopgave



## Hoe winnen in e-commerce door verborgen kosten van afval en verspilling te vermijden.

<b>E-commerce in de Benelux</b> .....	<b>4</b>
Nieuwe verwachtingen in online shopping eisen een andere supply chain .....	5
De kostelijke kink in de kabel: verspilling en afval .....	6
<b>Hoe afval in e-commerce vermijden?</b> .....	<b>7</b>
De afvalhiërarchie volgens de Ladder van Lansink .....	7
Preventie: de eerste en meest milieuvriendelijke optie .....	7
Hergebruik: de tweede beste optie .....	7
De circulaire economie: een logisch gevolg .....	8
Een regeneratieve supply chain: de onvermijdelijke volgende stap .....	9
<b>Concrete oplossingen voor een efficiënte en duurzame e-commerce supply chain</b> .....	<b>10</b>
1) Samenwerken en data sharing voor logistieke efficiëntie .....	10
2) Verpakkingsmateriaal delen en hergebruiken voor minimale afvalproductie .....	10
<b>Case study: Iris Ohyama</b> .....	<b>11</b>
<b>Wie is CHEP en wat doen wij?</b> .....	<b>12</b>

Het tempo waarop e-commerce zich ontwikkelt is enorm. Versneld door de covidpandemie en bijhorende lockdowns schoten webshops als paddenstoelen uit de grond, vonden ouderen de weg naar het online shoppen en deden we onze dagelijkse of wekelijkse boodschappen meer en meer via het web.

Maar deze evolutie brengt enorme logistieke uitdagingen met zich mee en heel wat verspilling en afval. Wat niet alleen een negatieve impact heeft op de samenleving en het milieu, maar ook handenvol geld kost voor jouw bedrijf en de gemeenschap.

**Geen actie ondernemen om in je supply chain afval en verspilling te vermijden kan dus een kostelijke grap worden.**

We geven je daarom graag een leidraad om een efficiëntere en duurzamere e-commerce supply chain op te zetten, met concrete tips en oplossingen om verspilling, afval én de verborgen kosten ervan te vermijden. Zodat jij wint in e-commerce.



## E-commerce in de Benelux

West-Europa vertegenwoordigt 64% van de totale Europese e-commerce markt. Het ligt daarmee ver voor op Zuid-Europa (16%), Centraal-Europa (8%) en Noord- en Oost-Europa (6%).<sup>1</sup>

Binnen West-Europa vormt de Benelux een economische regio met zo'n 28 miljoen consumenten. Met een inkomen per capita dat ver boven het Europese gemiddelde ligt, is de Benelux een interessante commerciële afzetmarkt.<sup>2</sup> Ook voor e-commerce.

Wat het aantal online shoppers betreft, stond Nederland in 2020 op de tweede plaats in de Europese ranking. Maar liefst 9 op de 10 Nederlanders kocht minstens 1 product online in datzelfde jaar.<sup>3</sup> Zij gaven in het eerste kwartaal van 2021 7,7 miljard euro uit.<sup>4</sup> Belgen gaven in datzelfde kwartaal 5,56 miljard euro uit aan online aankopen<sup>5</sup> en staan met 79% e-shoppers op positie 12 in de Europese ranking<sup>6</sup>.

De populariteit van e-commerce is zeker niets nieuws. In 2019 werden groeicijfers opgetekend van 7% in Nederland<sup>7</sup> en maar liefst 17% in België<sup>8</sup>. De Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OECD)<sup>9</sup> stelt daarnaast dat de COVID-19-pandemie een katalysator was voor digitale transformatie. E-commerce werd plots een noodzakelijkheid toen fysieke winkels moesten sluiten.

In België zorgde de coronacrisis voor een stijging van maar liefst 33% in online uitgaven voor producten. Ook in Nederland valt de impact van de pandemie op e-commerce (+41%) niet te ontkennen.<sup>10</sup>

### WEST-EUROPA VERTEGENWOORDIGT

# 64%

### VAN DE TOTALE EUROPESE E-COMMERCE MARKT

ZUID-EUROPA  
**16%**

CENTRAAL-EUROPA  
**8%**

NOORD- & OOST-EUROPA  
**6%**

### ONLINE UITGAVEN EERSTE KWARTAAL 2021

NEDERLAND: **7,7** MILJARD EURO

BELGIE: **5,56** MILJARD EURO



## Nieuwe verwachtingen in online shopping eisen een andere supply chain

ING stelt dat er in 2022 in Nederland meer webshops dan fysieke winkels zullen zijn.<sup>11</sup> En ook het aantal aankopen zal blijven stijgen nu shoppers makkelijker via social media, virtuele shopmomenten en zelfs via hun smartspeaker bestellingen kunnen doen.<sup>12 13</sup> Goed nieuws dus voor producenten en dienstverleners, webshops en online retailers.

Toch is het niet zo eenvoudig: **shoppers blijven kritisch, ook online.** Ze willen liefst een zo ruim mogelijke keuze bij binnen- én buitenlandse webshops, tegen de beste prijs, met het meest eenvoudige aankoopproces en de snelste levering. Ook bij onvoorziene gebeurtenissen zoals COVID-19.

En als het kan op een duurzame manier.

Consumenten kopen namelijk steeds bewuster. Een wereldwijd rapport toont aan dat 70% van de online shoppers stoppen een merk te gebruiken als haar duurzaamheidsbeleid ontoereikend is.<sup>14</sup> En 60% van de Nederlanders vindt de duurzaamheidsinformatie over hun bestelling niet voldoende.<sup>15</sup>

**De consument verwacht dus dat online winkels aantonen dat ze verantwoord en verantwoordelijk te werk gaan in de volledige keten: van productaanbod tot verpakking.**



## De kostelijke kink in de kabel: verspilling en afval

Een efficiënte en duurzame e-commerce supply chain is niet eenvoudig. Door de complexiteit en snelheid waarmee e-commerce zich ontwikkelt, is de kans op verspilling en afval op verschillende vlakken enorm.

Denk maar aan het grote aantal bewegingen van kleine productaantallen met inefficiënte vrachtwagenladingen en dus lege kilometers tot gevolg, een te grote stock die beschadigd kan raken, een omdoos die te groot is in verhouding tot het te vershippen product, een falende routeplanning en zeker ook de verschillende types verpakkingsafval.<sup>16</sup>

**Vooraf het massale gebruik van wegwerpverpakkingen zorgt voor veel afval in de supply chain en daarbuiten.**

Volgens Eurostat produceerde de Europeaan in 2019 zo'n 177,3 kg verpakkingsafval per inwoner, waarvan ongeveer 40% papier en karton en 19,4% kunststof.<sup>17</sup>

In de supply chain krijg je dan weer te maken met houten wegwerppallets, kartonnen wegwerpdozen en plasticfolie die zorgen voor grote hoeveelheden afval en waarvan de productie samengaat met het verbruik van fossiele brandstoffen, water en de uitstoot van broeikasgassen.

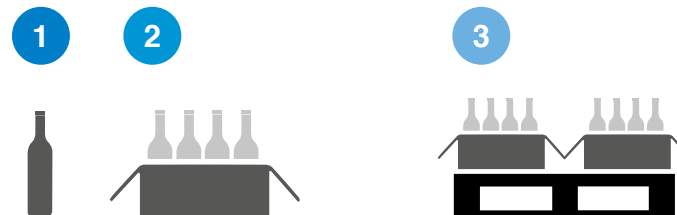
VERPAKKINGSAFVAL  
PER INWONER IN EUROPA IN 2019

# 177,3 kg

40% PAPIER EN KARTON

19,4% KUNSTSTOF

Ook het recyclen van deze producten vraagt een immens grote inspanning en investering. Zo vergt de verwerking van karton miljoenen tonnen CO<sub>2</sub> en een grote hoeveelheid water.



### 1 Primaire en secundaire verpakking Productverpakking

- incl. productkost
- kleiner risico op productschade
- meestal wegwerp

### 2 Tertiaire verpakking Transportverpakking

- grotere investering
- groter risico op productschade
- mogelijk te hergebruiken

## Logistieke verpakkingen

- 1 Primair:** is de consumentenverpakking. Deze (vaak) mooie verpakking heeft tot doel het product te beschermen en te bewaren. Denk bijvoorbeeld aan een chipszak.
- 2 Secundair:** is de verzameling van meerdere primaire verpakkingen. Het helpt bij de handling en bescherming van producten, bijvoorbeeld een kartonnen omdoos voor meerdere chipszakken. Hiertoe behoort ook de (meestal) kartonnen verpakking voor een e-commerce pakketje.
- 3 Tertiair:** is de bulkverpakking. Het is een hulpmiddel voor het transport van grote hoeveelheden van punt A naar punt B, zoals pallets.

## Hoe afval in e-commerce vermijden?

### De afvalhiërarchie volgens de Ladder van Lansink

In 1979 ontwikkelde de Nederlander Ad Lansink de afvalladder. Het is een visuele voorstelling van hoe je afval het best beheert. Hoe hoger op de ladder, hoe minder het milieu belast wordt. Als maatschappij hebben we er alle belang bij om de hiërarchie van de ladder zo goed mogelijk toe te passen.

### Maar wat is nu de beste of betere optie volgens die afvalhiërarchie?

#### LADDER VAN LANSINK 2.0



### Preventie: de eerste en meest milieuvriendelijke optie

Een eerste manier van met afval omgaan is het vermijden van afval. Je smooft het probleem in de kiem door de bron aan te pakken: **geen verpakking is geen afval**.

Evalueer daarom je verpakkingsproces en breng in kaart waar er nog ruimte is voor optimalisatie. Een checklist:

- Kan ik het gewicht van de verpakking verminderen?
- Is een blister of krimpverpakking wel noodzakelijk?
- Kan ik het product geconcentreerder maken? (Dehydratatie vermindert bijvoorbeeld het volume aan water en daarmee de omvang van de vereiste primaire verpakking.)
- Is de opvulling van de lege ruimte in de omdoos wel nodig? Kan ik die vervangen door een biologisch afbreekbaar alternatief?
- Bestaat er een kleinere verpakking op maat, perfect voor mijn product?
- Leest de consument de bijgevoegde papieren, zoals bedankaartjes, brochures, factuur?

**Dan is hergebruik van verpakking het beste alternatief.**

### Hergebruik: de tweede beste optie

Kan je niet besparen op de verpakking omdat de functionaliteit en veiligheid in het gedrang komen?

Door producten en materialen te hergebruiken, verminder je automatisch de hoeveelheid afval.

Enkele do's:

- Hergebruik omdozen die je zelf ontving voor de verzending van jouw pakketten.
- Investeer in herbruikbare verpakkingen zoals plastic containers voor transport of poolpallets.
- Verkoop teruggestuurde producten zonder schade opnieuw, eventueel tegen een lagere prijs.

Volgens de Reusable Packaging Association (RPA) kan de inzet van herbruikbare verpakkingen de uitstoot van CO<sub>2</sub> gigantisch doen dalen. Door de langere levensduur van één herbruikbare verpakking eindigen honderden wegwerpverpakkingen niet meer op de vuilnisbelt.

**Bovendien is er voor de productie van herbruikbare verpakkingen heel wat minder energie nodig dan voor de productie en recycling van de wegwerpverpakkingen die ze vervangen.**

## De circulaire economie: een logisch gevolg

Wanneer je volledig wilt inzetten op een duurzaam economisch model, dan kies je voor een circulair model.

**Dat is gebaseerd op het idee dat producten of delen van een product hergebruikt worden en op het einde van hun levenscyclus opnieuw dienen als grondstof, of als basis voor een nieuw product.**

Denk bijvoorbeeld aan modulaire gebouwen waarvan bouwelementen na afbraak opnieuw gebruikt kunnen worden, kalkafval van waterzuiveringsinstallaties dat de grondstof vormt voor tapijten<sup>18</sup>, suikerriet als grondstof voor biologisch afbreekbare cosmeticaverpakkingen<sup>19</sup> of houten pallets die hergebruikt worden en op het einde van hun levenscyclus de grondstof leveren voor MDF-platen.



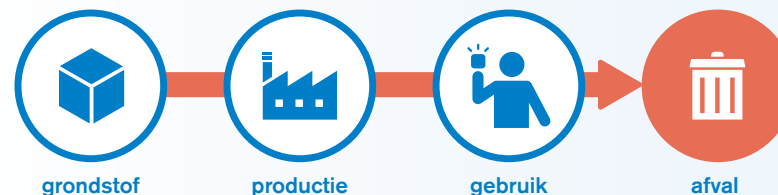
Maar ook deelsystemen zijn gebaseerd op principes van de circulaire economie: deelfietsen, deelauto's, overnachtingen en zelfs wassalons of wasmachines ... Een combinatie van delen en hergebruiken is dus ook gebaseerd op de principes van de circulaire economie.

**Onmisbaar in een circulair model is de reverse logistics of omgekeerde logistiek.**

Deze vorm van logistiek houdt in dat gebruikt materiaal opgehaald of teruggestuurd wordt om opnieuw te gebruiken.

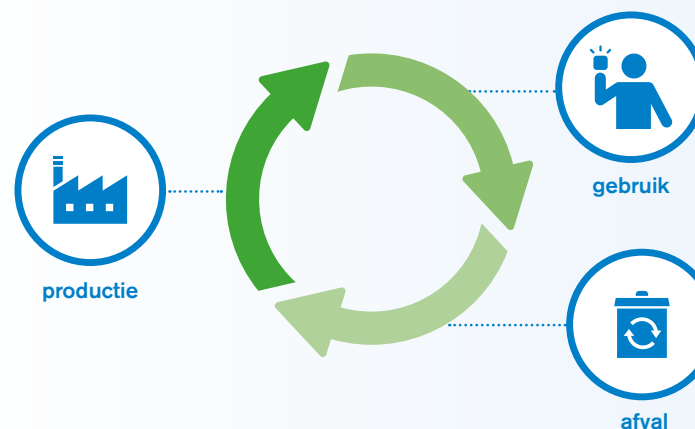
### LINEAIRE ECONOMIE

- De aarde is een onuitputtelijke bron van grondstoffen
- Wint waarde uit productie en consumptie
- Een op groei gebaseerd systeem: een product snel vervangen door een ander
- Eigenaar van een product



### CIRCULAIRE ECONOMIE

- De aarde is een kwetsbaar systeem waar natuurlijke grondstoffen eindig zijn
- Wint waarde uit materialen die al eerder gebruikt zijn
- Een op gebruiksduur gebaseerd systeem: gebouwd om zo lang mogelijk mee te gaan
- Bruikleen van een product





**Je impact op het milieu is kleiner:**  
je helpt mee de uitputting van natuurlijke hulpbronnen te stoppen. Je zorgt voor minder luchtvervuiling en minder afval.



**Je toeleveringsketen is veel flexibeler:**  
je bent minder afhankelijk van de aanlevering van nieuwe grondstoffen of materialen. Natuurrampen, zoals de COVID-19-pandemie, of een veranderende politieke context, zoals bij de Brexit, kunnen de toelevering ervan nog extra bemoeilijken of de prijs sterk doen stijgen.



**DE VOORDELEN  
VAN ZO'N CIRCULAIR  
MODEL**



**Je verhoogt de klantloyaliteit:**  
consumenten kopen steeds bewuster van merken die duurzaam omgaan met het milieu.

**Je bespaart kosten,**  
zoals aankoop-, opslag-, distributie-, transport-, en recyclingkosten of kosten om afval te storten.



## Een regeneratieve supply chain: de onvermijdelijke volgende stap

Een circulair systeem is een grote stap vooruit om je bedrijf duurzamer te maken. Het wegwerken van je negatieve impact op milieu en maatschappij is een goede zaak.

Maar de ambitie zou niet mogen stoppen bij een netto-nul impact, maar zou verder moeten reiken naar **een positieve impact**: méér teruggeven aan de aarde dan nemen.

### Een regeneratieve supply chain is dan ook de onvermijdelijke volgende stap.

In regeneratieve modellen worden grondstoffen hergebruikt om negatieve gevolgen voor gemeenschappen en natuur te vermijden, maar ook om gemeenschappen te ondersteunen en natuur te herstellen.



Het basisidee: **een nieuw industrieel systeem dat bestaand afval benut en hulpbronnen produceert in plaats van hulpbronnen te verbruiken en afval te produceren.**

# Concrete oplossingen voor een efficiënte en duurzame e-commerce supply chain

## 1) Samenwerken en data sharing voor logistieke efficiëntie

**Laat je goed omringen.** Elk bedrijf heeft zijn eigen expertisegebied. Door te investeren in waardevolle partnerships, kan ieder zijn kennis inzetten naar zijn vermogen om tot een optimaal resultaat te komen. Lees: het minimaliseren van kosten en het maximaliseren van winst.

Een geschikte supply chain expert heeft een volledig zicht op de end-to-end supply chain en stelt digitale tools ter beschikking om jouw toeleveringsketen in kaart te brengen. In een ideale situatie werk je samen met een supply chain partner met een uitgebreid netwerk die beschikt over data van globale transport- en goederenstromen.

Met de juiste kennis en digitale tools kan jouw ideale supply chain partner je helpen om:

- patronen in je logistieke keten te analyseren;
- mogelijke inefficiënties op te sporen;
- de werkelijke kosten van je supply chain te berekenen;
- de milieu-impact van je keten te berekenen;
- transportsamenwerkingen op te zetten om de transportcapaciteit te verhogen en af te leggen kilometers te verlagen;
- verspilling en onnodige kosten te vermijden.

## 2) Verpakkingsmateriaal delen en hergebruiken voor minimale afvalproductie

Wat als je geen transportverpakkingen - zoals pallets, containers of kartonnen dozen - meer moet kopen, maar ze kunt huren en delen met andere bedrijven? Dit systeem heet **pooling**.

Pooling bespaart tijd, kosten, natuurlijke grondstoffen én afval. Daarnaast behoud je voldoende focus op je kernactiviteiten.

In het geval van pallets besteed je je volledige palletbeheer uit. Je gebruikte pallets worden door een pooler opgehaald, naar een servicecenter gebracht voor controle en eventuele herstelling voordat ze opnieuw worden verhuurd.

**Dankzij die controle gaat een poolingpallet gemiddeld 10x langer mee.** De kwaliteit blijft gewaarborgd en het risico op product- en verpakkingschade, en op retouren vermindert.

Bovendien hoef je je niet zelf bezig te houden met de reverse logistics en kun je veel flexibeler inspelen op onverwachte situaties en seizoenspieken zoals uitverkopen, eindejaarsperiode, Black Friday... Je hoeft geen reservestock aan te leggen, maar bestelt enkel wat je nodig hebt en betaalt enkel wat je gebruikt.



### Voordelen van een poolingsysteem op een rij:

- Eenvoudig en flexibel proces
- Eenvoudigere administratie en beheer
- Geen verborgen kosten
- Gegarandeerde beschikbaarheid, ook tijdens seizoenspieken
- Consistente kwaliteit voor automatisering
- Positieve impact op het milieu

### WAT IS POOLING?

➔ Pooling uitgelegd in 2 minuten

## Case study: Iris Ohyama

Het Japanse bedrijf Iris Ohyama, uitvinder van de doorzichtige plastic opbergboxen, stapte voor zijn e-commerce leveringen over naar palletpooling van CHEP: “We merken de voordelen van een eenvoudige ophaling van pallets en het effect op het milieu”, aldus Masataka Unno, President van Iris Ohyama Europe BV.

“We hebben momenten gehad waarbij we de productie tijdelijk moesten stilleggen door een tekort aan pallets. Door onze samenwerking te versterken met CHEP, moeten we de productie niet meer stilleggen.”

**Yuji Sato**, Operations manager bij Iris Ohyama Europe BV

De overstap van witte ruilpallets naar pooling is voornamelijk gebaseerd op duurzaamheid volgens Cor van Haastrecht, Transport Coördinator bij Iris Ohyama. Nu ze aan grote Europese e-tailers leveren op blauwe pallets, besparen ze jaarlijks meer dan 80 000 kg CO<sub>2</sub>, 6 400 kg afval en 66 bomen.

Bovendien brengen het flexibele poolingmodel en de consistente palletkwaliteit voordelen met zich mee in zowel het warehouse, als in de productie.



[Bekijk de volledige video >>](#)



## Wie is CHEP en wat doen wij?

### Blauwe poolpallets als onzichtbare ruggengraat van de supply chain

De grootste merken ter wereld vertrouwen op ons poolingsysteem en scherpen onze positie als autoriteit op duurzame supply chain oplossingen. Onze pallets en containers vormen de onzichtbare ruggengraat van de supply chain.

**Dankzij ons circulair deelmodel vallen de administratie, operationele handling en retourlogistiek weg.**

### Wereldwijd netwerk van offline én online retailers

Het feit dat de **grootste e-tailers in Europa onze blauwe poolpallets en -containers al accepteren**, is het bewijs dat ook de e-commercesector de shift wil maken naar een groenere supply chain. **In één jaar tijd is het volume CHEP-pallets bij de grootste e-tailers gestegen met 65%**. Leveranciers en e-tailers kiezen dus vaker voor pooling dan voor wegwerp- of ruilpallets.

**Bovendien zorgt de brede acceptatie ervoor dat je CHEP-pallets kunt gebruiken voor leveringen aan zowel online als aan traditionele retailers. Overal ter wereld.**

Al onze producten

### Inzichten en data voor efficiënte samenwerking, met minder verspilling

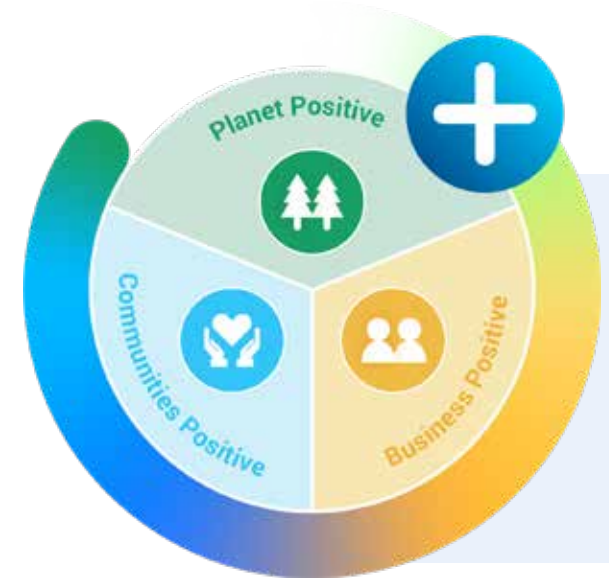
Wij geloven dat door krachten te bundelen, samen te werken en data en kennis te delen, we meer kunnen bereiken. Daarom helpen we onze klanten niet alleen met onze ervaring in en kennis over de supply chain, maar ook met **digitale oplossingen en tools** om hun keten in kaart te brengen en verdere inefficiënties en verspilling te vermijden.

Zo gebruiken we bijvoorbeeld data van de globale goederenstromen in ons wereldwijde netwerk om onze transporten en die van onze klanten te verbeteren. **Vorig jaar hebben wereldwijd meer dan 85 miljoen transportkilometers bespaard door samen te werken**, 15% meer dan het jaar ervoor.

### Pionier in de regeneratieve supply chain

**Pooling is inherent duurzaam.** Zo verminderen we niet alleen onze milieu-impact, maar ook die van onze klanten. Maar daar houden we niet op. We hebben ambitieuze doelstellingen geformuleerd voor 2025 om een positieve impact te hebben op bedrijven, de aarde en de samenleving. Onze ambitie is om samen met onze klanten pionier te zijn in de regeneratieve supply chain.

Ontdek onze doelstellingen



### Zero Waste World

Ons wereldwijd netwerk geeft ons schaalvoordeel en zet ons in een unieke positie. We kunnen onze data en ervaring inzetten en samenwerken met verschillende partijen, waaronder producenten, logistiek dienstverleners en off- en online retailers. Samen kunnen we grote en gemeenschappelijke uitdagingen aangaan, zoals afval en verspilling, lege kilometers en inefficiëntie in supply chains.

Daarom hebben we **Zero Waste World** opgezet: een samenwerkingsprogramma voor toonaangevende bedrijven die zich engageren voor efficiëntere, slimmere en duurzamere supply chains.

Meer info

## Voetnoten

- 1 2021EUROPEANE-COMMERCEREPORT, E-commerce Europe, Eurocommerce, Amsterdam University of Applied Sciences, Centre for Market Insights,  
<https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf>
- 2 <https://www.benelux.int/files/6214/8757/4238/526-Retail-EN-draft8.pdf>
- 3 2021EUROPEANE-COMMERCEREPORT, E-commerce Europe, Eurocommerce, Amsterdam University of Applied Sciences, Centre for Market Insights,  
<https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf>
- 4 <https://www.customertalk.nl/nieuws/vooral-nederlandse-webshops-profiteren-van-groei-e-commerce/>
- 5 <https://www.retaildetail.be/nl/news/algemeen/reizen-en-voeding-stuwen-groei-belgische-e-commerce-maar>
- 6 2021EUROPEANE-COMMERCEREPORT, E-commerce Europe, Eurocommerce, Amsterdam University of Applied Sciences, Centre for Market Insights,  
<https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf>
- 7 <https://www.thuiswinkel.org/webshops/nieuws/nederlandse-consumenten-geven-online-25-8-miljard-uit-in-2019/>
- 8 <https://www.safeshops.be/nl/2020/03/05/de-e-commerce-barometer-2019/>
- 9 <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/>
- 10 <https://www.statista.com/statistics/1117420/netherlands-online-shopping-trend-coronavirus/>
- 11 <https://www.ecommercenews.nl/meer-webshops-dan-winkels-in-2022/>
- 12 [https://retailtrends.nl/news/66054/social-commerce-in-2025-goed-voor-1-biljoen-euro?utm\\_source=nieuwsbrief&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=RTtech&utm\\_content=2022-01-06](https://retailtrends.nl/news/66054/social-commerce-in-2025-goed-voor-1-biljoen-euro?utm_source=nieuwsbrief&utm_medium=email&utm_campaign=RTtech&utm_content=2022-01-06)
- 13 <https://modernretail.co.uk/ecommerce-trends-2022/>
- 14 <https://www.logisticsmanager.com/is-e-commerce-sustainable/>
- 15 <https://www.ecommercenews.nl/60-nederlanders-wil-meer-inzicht-in-duurzaamheid-bestelling/>
- 16 <https://www.kanelogistics.com/blog/8-types-of-logistics-waste-unprofitable-activity-within-organization>
- 17 [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging\\_waste\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging_waste_statistics)
- 18 <https://blog.tarkett.nl/circulaire-economie-toegepast-een-aantal-voorbeelden-uit-de-praktijk>
- 19 <https://nl.cime-skincare.com/pages/our-planet>



**Contact:**

Wil je meer informatie, heb je feedback of ben je benieuwd hoe wij je kunnen helpen?

**Contacteer onze e-commerce expert  
Pepijn Weijland** via



**CHEP Benelux**

[customerservice.bnl@chep.com](mailto:customerservice.bnl@chep.com)

+32 800 39 152 (BE & LU)

0800 265 92 05 (NL)