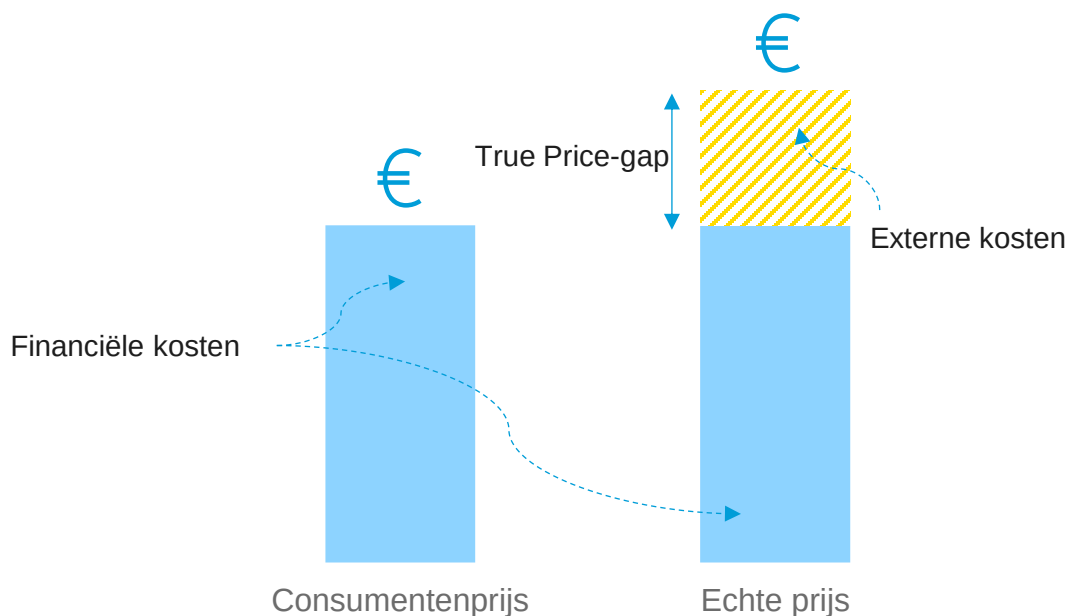


Wat is True Pricing?

Er is sprake van *True Pricing* als **alle kosten** onderdeel uitmaken van de prijs voor de consument: “echte prijzen”.

Effecten op o.a. *milieu* en *klimaat* zitten niet standaard in de productprijs: er is dus een ‘*True Price-gap*’.



Stappenplan True Pricing

1. **Informatievoorziening:** Hoe hoog zijn de externe kosten? Dit is te bepalen met behulp van levenscyclusanalyse, en Milieuprijzen.
2. **Beprijzing:** Het in kosten brengen van de externe effecten bij de consument. Bedrijven kunnen dit zelf doen, of de overheid kan een belasting heffen. Zie linker figuur: breng in rekening het geel gearceerde blok.
3. **Remediëren van externe kosten:** Bedrijven (of overheid) kunnen de inkomsten van de externe effecten gebruiken om producten te verduurzamen, of de schade te compenseren. Ook de prijsprikkel zelf zet aan tot een duurzamer gedrag.

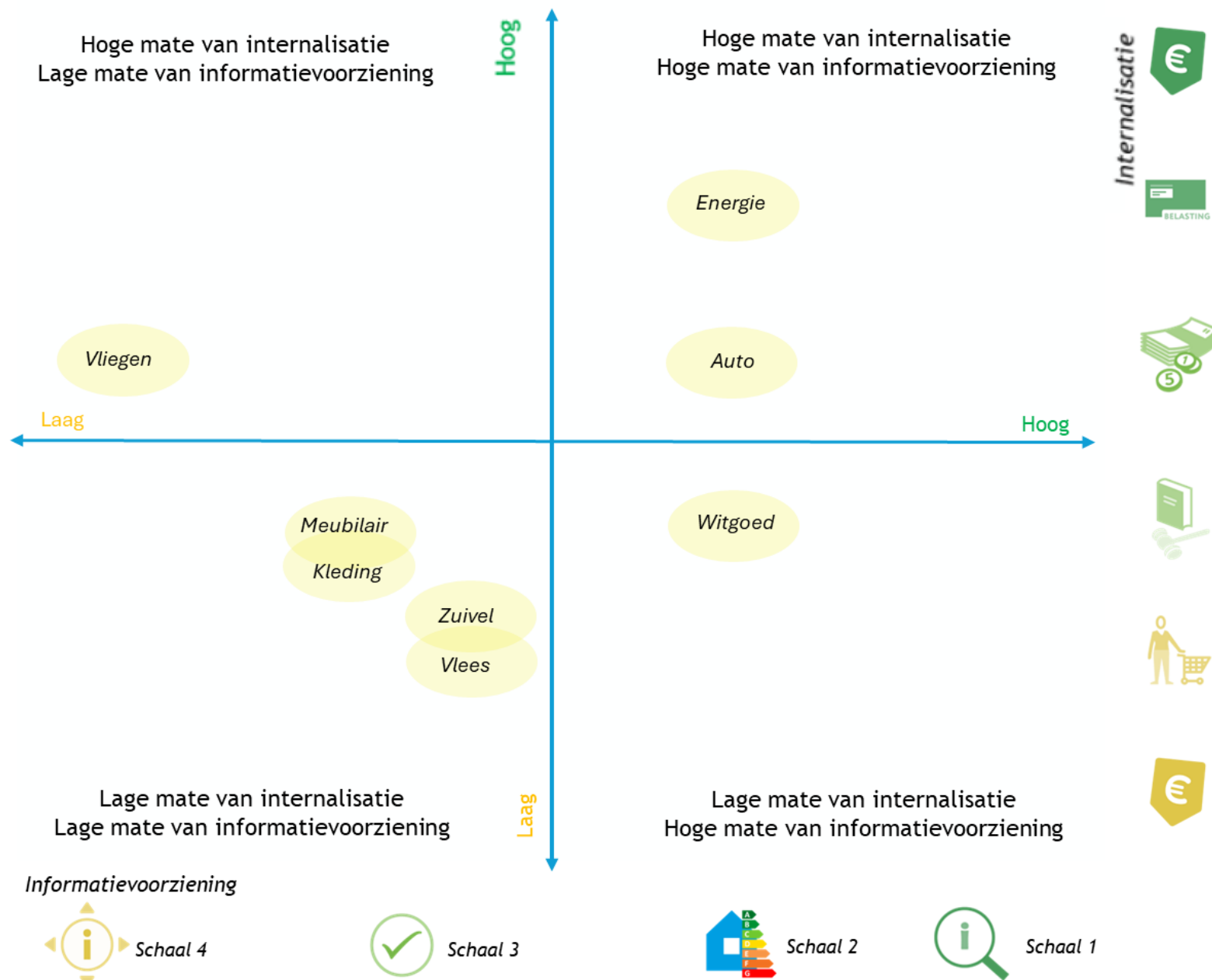
In deze studie richten we ons op het handelingsperspectief van de **overheid** via **beleid**: beprijzen, normeren en informeren. Door de strikte scheiding van uitgaven en inkomsten kan de overheid belastinginkomsten van True Pricing niet direct bestemmen voor remediëring.

Betalen we wel 'echte prijzen'?

Wat **betaalt** de consument aan externe kosten (internalisatie) en wat krijgt de consument **te weten** over de externe kosten (informatie)?

Per productgroep hebben we dit globaal beoordeeld. Conclusie: er is nog **bijna geen sprake van echte prijzen!** Energie en auto's betalen gemiddeld wel de externe kosten.

Ook **consumenteninformatie** over externe kosten per product(groep) is over het algemeen beperkt.



NB: Definities van de schalen voor internalisatie en informatie vind je in het rapport

Analyse per productgroep

Onderstaande tabel bevat per type product een globale beoordeling over de relatieve milieupact, de mate van internalisatie van externe kosten, en in hoeverre de consument geïnformeerd wordt over de 'echte prijs', of de impact, van het product.

Product of dienst	Milieu-impact	Internalisatie milieukosten	Informatie richting de consument
Vliegen 	 Hoog: Langeafstandsvluchten, businessclass  Middel: Korte-afstandsvluchten  Laag: Auto of trein (vakanties)	 Consument betaalt voor een gedeelte van de externe effecten via vliegbelasting, EU-ETS en CORSIA	 Geen informatie
Kleding & schoeisel 	 Hoog: Nieuwe kleding en schoeisel  Laag: Tweedehands textiel, duurzamer materiaal	 Consument betaalt indirect voor een gedeelte van de externe effecten via normering (zoals UPV en Ecodesign)	 Keurmerken (zoals EU Ecolabel en FSC)
Meubels 	 Hoog: Nieuwe meubels  Laag: Tweedehands meubilair, duurzamer materiaal	 Consument betaalt indirect voor een gedeelte van de externe effecten via normering (zoals UPV en Ecodesign)	 Keurmerken (zoals EU Ecolabel en GOTS)
Apparaten 	 Hoog: Nieuwe apparaten  Laag: Tweedehands en refurbished apparaten, efficiëntere modellen	 Consument betaalt indirect voor een gedeelte van de externe effecten via normering (zoals UPV en Ecodesign)	 Energie-etiketteringsrichtlijn, batterijenverordening, keurmerken (zoals Energy Star)

Product of dienst	Milieu-impact	Internalisatie milieukosten	Informatie richting de consument
Vlees 	- Hoog: Rundvlees - Middel: Kip - Laag: Plantaardige eiwitbronnen (tofu, kikkererwten)	Geen verplichtingen	Keurmerken (zoals EU-biologisch), Beter Leven en Dementer
Zuivel (melk) 	- Hoog: koemelk - Laag: sojamelk	Geen verplichtingen	Keurmerken (zoals EU-biologisch), Beter Leven en On the way to PlanetProof
Energie 	- Hoog: fossiel gas en elektriciteit - Laag: hernieuwbaar	Consument betaalt voor vrijwel alle externe kosten van energieverbruik via energiebelasting en EU-ETS	Energielabels, stroometikettering 
Autobezit 	- Hoog: Eigen auto - Laag: Deelauto's	Consument betaalt voor een gedeelte van de externe effecten via BPM, MRB en bijtelling	Energielabel personenwagens
Brandstof 	- Hoog: Fossiel - Middel: Elektrische auto - Laag: Ov	Consument betaalt een gedeelte van de externe kosten via de accijns op brandstof	Geen informatie

Effectiviteit van prijs- en informatieprikkels

Beprijzing van externe effecten kan effectief zijn voor gedragsverandering van de consument.

Beleidsvoorbeelden van prijsprikkels met een effectief resultaat zijn het EU ETS (CO₂-emissiehandel), en de energiebelasting. Beprijzing is echter geen *silver bullet*: beprijzing moet onderdeel zijn van een beleidsmix, met normerende, informerende en beprijzende elementen.

Informeren over externe kosten alleen is niet genoeg. Informatie leidt tot bewustwording bij de consument, maar in mindere mate tot gedragsverandering.

Hoe komen we tot een systeem van 'echte prijzen'?

De menukaart op de vorige pagina's is een belangrijke basis om de True Price-gaps te identificeren en beleid te vormen.

Aanbevelingen voor beleid

1. Begin met beleid voeren op basis van echte prijzen bij de producten met de **grootste True Price-gap**. Begin met benaderen van echte prijzen. Over tijd kunnen methodes om de echte prijs te bepalen worden verfijnd.
2. Combineer **beprijzende instrumenten** met **informerende instrumenten**. Een combinatie is effectiever dan losse maatregelen.
3. Gebruik True Pricing om **normen en verplichtingen** op te baseren. Bijvoorbeeld door een plafond in te stellen voor de externe kosten van bepaalde producten.

Meer weten? Lees het rapport op [de website](#)