

Packaging 2000

01.02.2014
Page: 22+23

Circulation: 5700

7d7d9d
982

PACKAGING

Duurzaamheid



De helft minder verpakking.

Greener Packaging Awards 2013

'GROENE OSCARS'

voor Colruyt en Procter & Gamble

COLRUYT EN PROCTER & GAMBLE ZIJN DE GROTE WINNAARS VAN TWEDE GREENER PACKAGING AWARDS 2013 IN DE CATEGORIEËN INDUSTRIËLE VERPAKKING EN HUISHOUDELIJKE VERPAKKING. BEIDE WERDEN BELOOND VOOR HUN GLOBALE EN CREATIEVE INSPANNING VOOR HET VERHOGEN VAN DE DUURZAAMHEID VAN HUN OPERATIES EN PRODUCTEN.

De organisatoren Fost Plus, Val-I-Pac en Gondola reikten met de steun van de beroepsfederaties en de drie Gewesten eind vorig jaar voor de tweede keer de Greener Packaging Awards uit. Val-I-Pac deed voor het eerst mee. De categorie industriële verpakking is nieuw. Totaal werden meer dan 60 dossiers ingediend. Die werden gewikt en gewogen door een jury van deskundigen uit de academische en wetenschappelijke wereld, verenigingen, bedrijfs wereld en overheden.

Dynamiek

'Verpakkingen worden duurzamer en de inspanningen moeten beloond worden. We willen bedrijven aanmoedigen om op de ingeslagen weg verder te gaan en om al hun partners, leveranciers, onderaannemers tot eenzelfde dynamiek aansporen', onderstreepte Johan Sneyers, directeur-generaal van Val-I-Pac.

Ook William Vermeir, managing director van Fost Plus, wees op het belang van de 'Groene Oscars' voor de zichtbaarheid en de dynamiek van bedrijven die duurzaam willen verpakken. 'Via deze prijzen en andere initiatieven, zoals www.preventpack.be, wil de bedrijfs wereld goede praktijken onder de aandacht brengen, enerzijds om ze bekend te maken en anderzijds om ze te verspreiden.' Pierre-Alexandre Billiet, gedelegeerd bestuurder van Gondola, wees een vol auditorium van het Paleis der Academiën in Brussel erop dat de grens tussen greenwashing en green packaging soms dun is. 'Een initiatief als de Green Packaging Awards moet de consumenten helpen om het verschil te maken.'

Vaste winkelrekken

Colruyt ontwikkelde herbruikbare en personaliseerbare vaste metalen winkelrekken ter vervanging van de bekende karton-

William Vermeir (Fost Plus), Johan Sneyers (VAL-I-PAC), Tony de Bock (Colruyt), Gian De Belder, Ann De Wree en Jimmy Schoubben (Procter & Gamble).



nen verkoopstandaarden voor eenmalig gebruik. Producten worden in de gewone verpakking aangeleverd en de leveranciers plaatsen hun promotieboodschap op het rek. Milieuwinst werd op diverse fronten geboekt. Het vermijden van kartonnen displays vermindert transportschade en verbetert de transportefficiëntie. Colruyt bespaart zo per jaar 77 ton karton, 26 ton plastic, en 11.000 km aan verplaatsingen.

Geconcentreerder product

Door de allesreiniger Mr. Proper gel 2,5 keer geconcentreerder te maken, slaagde Procter & Gamble erin om de hoeveelheid verpakkingsmateriaal van de 400 ml verpakking met de helft terug te dringen. Voor een duurzaam productgebruik en het voorkomen van overdosering ontwikkelde de leverancier bovendien een volledig nieuwe dop met een auto-stop systeem. Bij het gieten van de allesreiniger in bijvoorbeeld 5 liter water of op een spons komt precies één dosis vrij, die volstaat voor een goede werking.

Trends

Duurzaamheid en voedselveiligheid, zekerheid en functionaliteit zijn de voornaamste drijfveren bij verpakkingsontwikkeling binnen de waardeketen. Dit kwam naar voren tijdens een seminar, voorafgaand aan de prijsuitreiking. 'Eco-design is gericht op preventie als middel om de impact van verpakkingen op het milieu gedurende de gehele levensduurcyclus te minimaliseren', aldus Islem Yezza, destijds consultant slim en duurzaam verpakken bij Cascades. 'Dit is een kans, géén bedreiging: geld wordt bespaard, het milieu vaart er wel bij en het is goed voor het imago. Centraal staan het verminderen, hergebruiken, recyclen en bevorderen van het gebruik van duurzame materialen in het ontwerp-proces.' De uitdaging is volgens Yezza telkens weer het vinden van een optimale verpakking. 'Consumentenbehoeften, technische en commerciële mogelijkheden en de milieupact van de verpakking moeten convergeren.'



Vaste promotiedisplays in de winkels van Colruyt.

Voor succes is het volgens Yezza belangrijk dat in de keten een win-win-win situatie tot stand komt voor de consument, de fabrikant, de leverancier en het milieu. Hij toonde verschillende interessante voorbeelden, zoals een bag-in-box (26,4 liter of 6 gallon) voor motorolie in plaats van 24 kunststofflessen en 1,5 liter detergent in een zak in pulpkarton, waarmee 66% wordt bespaard op de hoeveelheid kunststof. Het karton is bovendien composteerbaar. Dow ontwikkelde een volledig recycleerbare PE-stazak voor bevroren groenten. 'In vergelijking met vouwkarton wordt 80% bespaard op materiaal, 19% op energie, 82% op CO₂-uitstoot en 83% op afval na gebruik.'

Strategische visie

Valerie Dhont, kwaliteit en SHE manager bij The Coca Cola Company beklemtoonde tijdens het seminar het belang van een strategische visie voor een onderneming. 'Consumenten verwachten van ons perfecte kwaliteit en milieuverantwoordelijkheid. Verpakkingsmateriaal wordt dan ook niet gezien als afval, maar als een waardevol materiaal. De verpakkingsstrategie van Coca Cola is gebaseerd op 4 pijlers: vermindering, recycleerbaarheid, hergebruik en hernieuwbaarheid van het materiaal. De beste manier om de toekomst te voorspellen, is volgens haar de toekomst te ontwerpen. Het belang van een ketenaanpak maakte ze duidelijk door te benadrukken dat de verpakkingen van Coca Cola weliswaar de grootste bron (gemiddeld 36%) zijn voor de CO₂-emissie, maar bijna tweederde (gemiddeld 64%) van de emissie aan het begin van de waardeketen plaatsvindt. Uit duurzaamheidsoogpunt is het belangrijk dit te beseffen. ■

WWW.GREENERPACKAGING.BE/NL

Andere categorieën

Naast Colruyt en Procter & Gamble waren er nog winnaars in de andere categorieën, onder meer de Laboratoires Expanscience, Eframz, Allbox, Schütz, Jam&Ry en de studenten Geraldine Morel en Didier Annez van de Hogeschool Ephec.