

Beste Introductie 2011

Winnaar overall

‘Verpakkingen zijn geen afval, maar een waardevolle grondstof voor hergebruik’

Product: Coca-Cola PlantBottle®
Geïntroduceerd in: Catering, convenience, fastservice, petrol, sports&leisure
Fabrikant: Coca-Cola Enterprises
Senior manager
shopper marketing: Martijn Rikken

uit materiaal verkregen uit planten. Het materiaal oogt en werkt hetzelfde als de traditionele fles, maar laat een kleinere ecologische voetafdruk achter. Hiermee zetten we als Coca-Cola een belangrijke stap in het ontwikkelen van de fles van de toekomst”, aldus Rikken.

Doel

Coca-Cola streeft ernaar tegen 2020 wereldwijd voor alle plastic flessen volledig te zijn overgestapt op PlantBottle®-verpakkingen, met PET dat voor een deel bestaat uit plantaardig materiaal en met een deel recycled PET. Rikken: “De afgelopen vier jaar hebben we al ontzettend hard gewerkt om dit doel te verwezenlijken. Een aantal methodes voor de productie van een volledig plantaardige PET-verpakking is in een laboratorium succesvol uitgevoerd. Afgelopen december hebben we al een volgende stap gezet naar de ontwikkeling van de fles van de toekomst. Coca-Cola heeft namelijk een samenwerking aangekondigd met het Nederlandse green tech-bedrijf Avantium om een fles te ontwikkelen die bestaat uit 100 procent plantaardig materiaal. Deze nieuwe fles gaat de huidige PlantBottle® vervangen en zal over ongeveer drie á vier vier jaar op de markt verschijnen”, aldus Rikken volgens wie Coca-Cola met de overgang naar de PlantBottle®-verpakking op het gebied van duurzaamheid de markt meer toegevoegde waarde biedt. “Dat geldt zowel voor de consument als voor onze handelspartners.” De introductie van de duurzamere PET-fles zal dit jaar volop worden ondersteund. “Aan de hand van de campagne willen we de consument bekend maken met de PET-fles die deels gemaakt is van planten. Daarnaast willen we via uitingen de Nederlandse stimuleren om de fles te recyclen.”

“Wij zijn hier bijzonder blij mee. Dit betekent dat onze handelspartners waardering hebben voor de stappen die Coca-Cola zet op het gebied van duurzaamheid en de inspanningen die we doen om het milieu steeds minder te belasten.” Dat zegt Martijn Rikken van Coca-Cola Enterprises in Rotterdam dat met de Coca-Cola PlantBottle®, een recyclebare fles die voor bijna 25 procent bestaat uit planten, de grote overall winnaar is in de verkiezing Beste Introductie 2011. De Coca-Cola PlantBottle® is het jongste bewijs dat de grootste frisdrankfabrikant ter wereld verpakkingen niet ziet als afval, maar als waardevolle grondstof voor hergebruik. “Coca-Cola is altijd op zoek naar manieren om verpakkingen nog duurzamer te maken om op die manier het milieu minder te belasten”, zegt Rikken. “Lichtere verpakkingen door efficiënt gebruik van grondstoffen, recycling, hergebruik van verpakkingsmateriaal én hernieuwbare grondstoffen zijn hiervoor belangrijk.”

Fles van de toekomst

Doel van Coca-Cola voor de lange termijn is plastic flessen te maken die bestaan uit hernieuwbare grondstoffen en die nog steeds honderd procent recyclebaar zijn. Rikken: “Daarom hebben we in juni 2011 in Nederland de PlantBottle® geïntroduceerd voor alle 500ml PET-flessen van Coca-Cola, Coca-Cola light en Coca-Cola Zero. Het nieuwe aan de PlantBottle® is dat deze voor een deel bestaat



Juryrapport:

‘De PlantBottle® van Coca-Cola scoort goed in alle vijf segmenten van het buitenhuiskanaal en laat als overall winnaar de rest ver achter zich. De fles is met name heel innovatief vanwege haar duurzame aspect.’ Ook het feit dat de fles in razend tempo is uitgerold in alle foodkanalen van heel Nederland spreekt de juryleden unaniem aan. ‘Hier kunnen veel fabrikanten een puntje aan zuigen. Een meer dan terechte winnaar van de Beste Introductie 2011!’



Adrienne van den Heuvel, Martijn Rikken en Herman van Ark (v.l.n.r.).