



Duurzame Dinsdag

Duurzame Dinsdag: het podium voor innovatieve duurzame oplossingen

Duurzame Dinsdag wordt dit jaar al voor de 28^e keer georganiseerd. Ieder jaar op de eerste dinsdag van september krijgen duurzame initiatieven uit heel Nederland een podium en een stem richting politiek en samenleving. Het initiatief wordt gedragen door een coalitie van organisaties, waaronder Het Groene Brein, een netwerkstichting met ongeveer 200 wetenschappers die kennis en praktijk verbindt om duurzame transitie te versnellen.

De R&D-afdeling van Nederland

Volgens Antoine Heideveld, directeur van Het Groene Brein en voorzitter van de stuurgroep van Duurzame Dinsdag, wordt de innovatiekracht van duurzame initiatieven nog altijd onderschat. Hij noemt ze de R&D-afdeling van Nederland. ‘Enorm veel

Nederlanders zijn bezig met duurzaamheid, van biodiversiteit tot circulaire economie. Vaak zijn die initiatieven lokaal en daardoor landelijk minder zichtbaar. Terwijl ze juist heel veel maatschappelijke problemen helpen oplossen.’

Neem netcongestie. Heeft de buurman zonnepanelen en is hij overdag op zijn werk? Dan kan zijn stroom voortaan rechtstreeks naar de burens gaan, in plaats van naar het overbelaste elektriciteitsnet. Dat mag sinds 1 januari 2026. Met innovatieve software kan dit al worden geregeld. Ook elders worden slimme oplossingen toegepast: een Nederlands bedrijf testte zonnepanelen boven parkeerdekken die meteen de laadpalen voor elektrische auto's voeden. Dit dankzij een accu die overschotten opvangt en tekorten bijvult. Het zijn voorbeelden die laten zien dat veel oplossingen al bestaan, maar nog veel te weinig worden omarmd en opgeschaald. Heideveld: ‘Ze verdienen meer steun en aandacht vanuit de overheid.’

‘DE OPLOSSINGEN VOOR VEEL GROTE PROBLEMEN ZIJN ER AL. LATEN WE ZE VOORAL GEBRUIKEN’

ADVERTORIAL

De watercrisis raakt de wereld nu al

Waterschaarste staat steeds hoger op de agenda in Nederland. De komende jaren moet het drinkwaterverbruik van 128 naar 100 liter per persoon per dag. Maar in andere delen van de wereld gaat de discussie er vooral over of er überhaupt drinkwater beschikbaar is.

Wereldwijd hebben 2,2 miljard mensen geen toegang tot veilig drinkwater. Voor hen is water geen kwestie van een paar liter minder verbruik per dag, maar van toegang tot een basisvoorziening. Vrouwen en meisjes zijn vaak degenen die dagelijks lange afstanden afleggen om water te halen. Dat kost tijd die niet naar school, werk of zorg gaat en brengt grote gezondheidsrisico's met zich mee. Nog steeds gaan er elk jaar een half miljoen kinderen dood door de gevolgen van vervuild drinkwater. Tegelijkertijd wordt water steeds onvoorspelbaarder. Langdurige droogte vergroot de waterschaarste, terwijl overstromingen waterbronnen



Rose Nakiru uit Oeganda
©WaterAid/James Kiyimba

kunnen vervuilen en gemeenschappen kwetsbaar maken. Water raakt daarmee niet alleen aan gezondheid, maar ook aan voedselzekerheid, energie, werkgelegenheid en biodiversiteit.

Rechtvaardig

Een rechtvaardige aanpak vraagt daarom meer dan nieuwe waterbronnen of zuinig gebruik.

WERELDWIJD HEBBEN 2,2 MILJARD MENSEN GEEN TOEGANG TOT VEILIG DRINKWATER

03

Kartonnen dozen verdienen een tweede leven



04

Circulariteit is voor Coca-Cola de dagelijkse praktijk



Lees het gehele dossier op onze website. Scan de QR-code.

We moeten investeren in sterke, duurzame watersystemen én in de mensen die daarvan afhankelijk zijn. Wie beslist waar water naartoe gaat? En worden lokale gemeenschappen, vrouwen, jongeren en inheemse groepen daadwerkelijk gehoord?

WaterAid werkt samen met lokale gemeenschappen, overheden en partnerorganisaties aan duurzame toegang tot water, sanitatie en hygiëne. Bijvoorbeeld door waterpunten en voorzieningen op scholen en in gezondheidscentra aan te leggen. Door lokale gemeenschappen te betrekken bij de bouw van watersystemen en zelf eigenaarschap geven. Maar ook door lokale overheden te versterken, zodat voorzieningen blijven functioneren en watersystemen bestand zijn tegen klimaatverandering.

Lees meer over het werk van WaterAid Nederland. Scan de QR-code of ga naar wateraid.nl



Verpakkingen verduurzamen? Ja, maar houd voedsel ook veilig én betaalbaar

Vanaf 12 augustus geldt de Europese verpakkingswet PPWR. FNLI onderschrijft de ambitie, maar noemt de uitvoering complex en pleit voor rust.

Al bijna twee jaar geleden werd de Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) gepubliceerd, maar sinds 12 augustus 2026 moeten bedrijven daadwerkelijk aan de eisen uit de Europese verordening voldoen. Taco Kingma, Manager Circulaire Economie bij FNLI, de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie, noemt dat een belangrijke stap. ‘De verordening heeft als doel 5 procent minder verpakkingafval in 2030. Een doel dat wij onderschrijven. De PPWR betekent dat alle regels voor iedereen in Europa op dezelfde manier gelden, en dat maakt het eenduidiger, minder versnipperd.’ FNLI, de koepelorganisatie voor 17 branches en 500 bedrijven binnen de levensmiddelenindustrie, telt onder haar leden multinationals en veel mkb-bedrijven.

‘DUURZAAM VERPAKKEN VRAAGT OM EEN BALANS TUSSEN CIRCULARITEIT, VOEDSELVEILIGHEID EN BETAALBAARHEID’

Voor al die leden is de nieuwe wetgeving allesbehalve simpel. Definities veranderen ineens, en de rol van een bedrijf kan zelfs per verpakking verschillen. Bovendien neemt de administratie voor bedrijven toe. ‘De nieuwe eisen vragen om investeringen in verpakkingen, processen en administratie. Uiteindelijk kunnen die kosten ook doorwerken in de prijs van boodschappen.’

Daarnaast blijft voedselveiligheid een dilemma. Minder verpakkingsmateriaal klinkt duurzaam, maar kan ook leiden tot meer voedselverspilling. Kingma verwijst naar de bekende packaging paradox: bij te weinig verpakking loopt de milieu-impact door verspilling snel op, bij te veel verpakking gebeurt dat veel langzamer. ‘Wees dus liever iets te voorzichtig.’ Circulariteit, duurzaamheid en voedselveiligheid kunnen elkaar volgens Kingma juist versterken, maar dat vraagt om maatwerk, innovatie en samenwerking in de hele keten, van fabrikant tot recycler. Zijn belangrijkste boodschap is dat er de komende jaren geen Europese of nationale aanvullingen op deze ambitieuze Europese wet of andere wetgeving bij moet komen. ‘De PPWR is al ingrijpend genoeg. Er is nu rust en stabiliteit nodig. Laten we met z’n allen eerst maar eens aan deze wet voldoen.’

AAN HET WOORD

Manon Schuurmans, algemeen directeur RENUBOX

Welke innovaties gaan de verpakkingsector de komende tien jaar het meest veranderen?

‘Ik verwacht innovaties op het gebied van materiaalreductie, energiezuinige productie en hergebruik. De sector zal verpakkingen lichter maken, zonder concessies aan stevigheid en functionaliteit. Dat vraagt om slimmer materiaalgebruik en innovatie in vezels en kartonsoorten. Ook gaat aandacht uit naar het verduurzamen van het productieproces: minder energie- en waterverbruik en minder productieverlies. De grootste verandering zit in de omslag van een lineair naar een circulair model. Hergebruik van een bestaande doos voorkomt dat er opnieuw grondstoffen en energie nodig zijn. De verpakking van de toekomst krijgt daardoor een langer en slimmer leven,’ zegt Schuurmans.

En welke rol spelen data en AI daarbij?

‘Het is lastig te voorspellen hoe groot de impact van AI wordt. Ik verwacht niet dat AI het fysieke productieproces vervangt: papier en karton maken blijft een traditionele, kapitaalintensieve industrie. Wel kunnen data en AI zorgen voor slimmer werken, bijvoorbeeld met rekenmodellen die de balans vinden tussen materiaalgebruik, stevigheid en bescherming,’ aldus Schuurmans.

Topic Media Agency B.V. Wibautstraat 200, 1091 GS Amsterdam | www.topicmedia.nl | Info@topicmedia.nl | **Mediaconsultant** Kai Hofma | **Redactie** Fred Pals | **Artdirectie en vormgeving** Samantha Bronkhorst | **Druk** DPG Media | Deze bijlage valt niet onder verantwoordelijkheid van de hoofdredactie van Trouw.

ADVERTORIAL

Wereld Dorpen voor Kinderen doorbreekt wereldwijd de cirkel van armoede

Duurzaamheid gaat niet alleen over een toekomstbestendige wereld, maar ook over gelijke kansen voor kinderen. Wereld Dorpen voor Kinderen biedt kinderen in armoede een veilig thuis, onderwijs en een beroepsopleiding, zodat zij een zelfstandige toekomst kunnen opbouwen, ongeacht hun achtergrond.

De aanpak van Wereld Dorpen voor Kinderen berust op drie pijlers: het doorbreken van de armoedecirkel, onderwijs en persoonlijke ontwikkeling, en blijvende impact op de lange termijn.

Cirkel van armoede doorbreken

Voor miljoenen kinderen wereldwijd is een kansrijke toekomst allesbehalve vanzelfsprekend: zij groeien op in extreme armoede, zonder toegang tot onderwijs, gezondheidszorg of een veilige leeromgeving, waardoor armoede vaak van generatie op generatie wordt overgedragen.



ratie wordt doorgegeven. Ook Joriz uit de Filipijnen groeide zo op: te weinig eten en werken op de vuilnisbelt in plaats van naar school. Wereld Dorpen voor Kinderen doorbreekt deze cirkel met onderwijsprogramma's en draagt bij aan de Sustainable Development Goals. In de Filipijnen, Mexico, Guatemala, Brazilië, Honduras en Tanzania krijgen de allerarmste kinderen een veilige plek om te wonen, leren en groeien. De Zusters van Maria beheren de onderwijsinstellingen, Wereld Dorpen voor Kinderen biedt de financiële steun.

Onderwijs en persoonlijke ontwikkeling

De kinderen volgen er voortgezet onderwijs én een beroepsopleiding die aansluit op de lokale arbeidsmarkt, zoals elektrotechniek, autotechniek, hospitality of verzorging. Daarnaast is er aandacht voor persoonlijke ontwikkeling, bijvoorbeeld via sport, muzikles en clubs. Zo groeien zij uit tot zelfbewuste jongeren die klaar zijn om hun eigen toekomst vorm te geven.

Blijvende impact

De kracht van deze aanpak ligt in de lange termijn: het doel is niet alleen om kinderen vandaag te helpen, maar om hen de kennis en kansen te geven waarmee zij blijvend uit armoede kunnen ontsnappen.



pen. Met een diploma en vakopleiding hebben zij een grotere kans op een baan, wat ook hun familie ten goede komt. Jaarlijks krijgen ongeveer 20.000 kinderen een plek in de dertien Werelddorpen; sinds 1990 behaalden al meer dan 170.000 jongeren hun diploma. Door Wereld Dorpen voor Kinderen te steunen, investeert een donateur niet alleen in één kind, maar in duurzame verandering. Dankzij de ANBI-status zijn giften bovendien fiscaal aftrekbaar. Het verhaal van Joriz laat dit zien: in het Werelddorp kan hij eindelijk weer veilig leren en dromen van een betere toekomst. Zo zet de organisatie zich in voor een toekomst waarin ieder kind gelijke kansen krijgt, ongeacht waar het wordt geboren.



Wil jij bijdragen aan een kansrijke toekomst voor kinderen wereldwijd? Kijk op werelddorpenvoorkinderen.nl.





Dozen verdienen een tweede leven

Elke dag rijden er miljoenen kartonnen dozen door de Europese logistiek, van fabriek naar magazijn en van webshop naar voordeur. De meeste verdwijnen na één rit meteen in de klike. Terwijl de vraag naar verpakkingen door de groei van e-commerce alleen maar toeneemt, groeit ook het besef dat dat wegwerpmodel niet houdbaar is. Steeds meer bedrijven zoeken naar manieren om diezelfde doos vaker in te zetten, voordat hij uiteindelijk wordt gerecycled.

Bij RENUBOX, onderdeel van de Van de Velde Packaging Group dat al sinds 1939 actief is in kartonnen verpakkingen, draait alles om die tweede, derde of vierde rit. De groep levert verpakkingen aan sectoren als food, retail, e-commerce, cosmetica en industrie en sloot zich recent aan bij het UN Global Compact om haar duurzaamheidsambities internationaal te benadrukken. RENUBOX bouwt daarin een Europese marktplaats voor hergebruikte, overvloedige en op maat gemaakte dozen. Algemeen directeur Manon Schuurmans leidt dat werk vanuit de vestiging in Ermelo.

‘WE ZIJN STEEDS MEER AFHANKELIJK GEWORDEN VAN E-COMMERCE. DAARDOOR KOMEN ER STEEDS MEER OMDOZEN BIJ IEDEREEN BINNEN’

De aanleiding is simpel te verklaren. ‘We zijn steeds meer afhankelijk geworden van e-commerce. Daardoor komen er steeds meer omdozen bij iedereen binnen,’ zegt Schuurmans. Ze ziet dat consumenten zich ergeren aan onnodig verpakkingsmateriaal en dat de wetgeving stevig duwt richting hergebruik. De Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) moet ervoor zorgen dat een groot deel van de Europese verpakkingen op termijn opnieuw wordt ingezet. Volgens Schuurmans een logische stap, want de doos zelf verdient amper aandacht van de klant. ‘Wat er met onze doos gebeurt, is dat die zo snel mogelijk wordt opengescheurd. Daarna verdwijnt die in de klike. Het is een kans om duurzaamheid aan je verhaal toe te voegen als webshop, en juist te investeren in een hergebruikte doos en te besparen op een nieuwe verzenddoos. Jouw verhaal begint toch bij de doos!’ stelt ze.

Toch blijkt het begrip ‘gebruikte doos’ lastig te bevatten. Schuurmans merkt dat mensen snel denken

aan beschadigd materiaal. ‘Dat is niet iets waar deuken, scheuren, gaten in zitten. Dat is gewoon keurig, netjes, een pallet met allemaal dezelfde maat doos,’ legt ze uit. Vaak is er zelfs nauwelijks iets te zien aan de doos zelf. ‘Als ze nieuw zijn, is er alleen door dat plakband een keer een mesje gesneden,’ aldus Schuurmans. Ook het idee dat hergebruikt karton afbreuk doet aan een merk, wijst ze van de hand. Grote modeketens geven het voorbeeld. ‘Als het de Zara en de H&M lukt, waarom lukt het dan de kleine webshop om de hoek niet,’ zegt ze.

Bijna 800 verschillende maten

RENUBOX koopt gebruikte en overvloedige dozen hoger in de waardeketen in en brengt daar standaardisatie in aan. Daarmee maakt RENUBOX het de webshops en fullfillers mogelijk om hun processen met hergebruikte dozen in te richten. Het bedrijf heeft een assortiment van bijna 800 verschillende maten, van kleine doosjes tot octabins, opgebouwd in vijfendertig jaar ervaring met gebruikte dozen en restpartijen. Dat biedt bedrijven niet alleen ruime keuze, het levert ook direct financieel voordeel op, duurzaamheid hoeft daarmee niet ingewikkeld of duur te zijn. ‘De economische winst voor een webshop zit erin dat die dozen goedkoper zijn dan een nieuwe doos. En voor de partijen die de dozen aan ons verkopen, zit de winst erin dat wij ze aankopen voor een hogere waarde dan de papierprijs die ze anders krijgen bij recycling,’ vertelt Schuurmans. Voor RENUBOX zelf is duurzaamheid daarmee onlosmakelijk verbonden met de business case. ‘Ik zet vol in op duurzaamheid in de business case,’ zegt ze.

Volgens berekeningen op basis van Europese industrie-data van FEFCO, gecorrigeerd voor de eigen transportvoetafdruk van RENUBOX, levert elke hergebruikte doos van gemiddeld 480 gram een besparing op van 0,168 kilogram CO₂, bijna een liter water en

0,52 kWh energie. Per duizend hergebruikte dozen komt dat neer op 168 kilogram CO₂, 960 liter water en 520 kWh energie, plus een maatschappelijke waarde van ongeveer 27 euro. Die cijfers zijn direct bruikbaar in Scope 3-rapportages, iets waar steeds meer bedrijven onder regie van de CSRD naar op zoek zijn.

Europese regelgeving zorgt voor extra administratieve druk, erkent Schuurmans. Maar RENUBOX helpt klanten daarbij met attesten over de CO₂-reductie die ze realiseren. Ze is desondanks positief over de wetgeving. ‘Ik begrijp deze wetgeving, want ik denk dat we serieus meer aandacht aan het milieu moe-

‘IK ZET VOL IN OP DUURZAAMHEID IN DE BUSINESS CASE’

ten besteden dan wat we op het moment doen. We maken het onszelf wel heel erg makkelijk om overal voorbij aan te gaan en het prijskaartje bij de volgende generatie neer te leggen,’ zegt ze. Niet iedereen gaat daar makkelijk in mee, merkt Schuurmans. Vooral inkopers van haar eigen generatie zijn gewend geraakt aan het inkopen van nieuw materiaal, terwijl jongere generaties volgens haar juist vaker vanuit hergebruik denken. ‘Het is niet voor niets dat al die vintage winkels het allemaal helemaal prima doen. Die generatie is veel bewuster,’ zegt Schuurmans. Om bedrijven toch mee te krijgen, kiest ze bewust niet voor een moraliserende toon. ‘Ik wil ze liever motiveren door ze te laten zien dat het vanuit een financieel perspectief én vanuit een milieuperspectief interessant is,’ zegt ze. Dat overtuigen is ook precies waar haar ambitie ligt. ‘Ik wil echt dat we met RENUBOX hét merk worden voor hergebruikte verpakkingen in Europa. Ik geloof oprecht dat dat kan, juist omdat het mes aan twee kanten snijdt en het voor iedereen het beste is,’ aldus Schuurmans.

Voor wie de kern in één zin wil vangen, hoeft ze niet lang na te denken. ‘Dozen,’ zegt Schuurmans, ‘verdienen simpelweg een tweede leven. Wij geloven oprecht dat dat kan.’



Meer informatie?
Scan de QR-code.



RENUBOX
SECOND LIFE BOXES

Hoe een frisdrankfabriek in Brabant werkt aan meer circulariteit én zonder gas draait

Circulariteit is in de Coca-Cola-fabriek in Dongen, Noord-Brabant, minder een woord uit een duurzaamheidsrapport dan eraan werken in de dagelijkse praktijk. Zo'n 500 werknemers zorgen ervoor dat 85 procent van de drankjes die Coca-Cola Europacific Partners (CCEP) in Nederland verkoopt hier vandaan komt. En sinds vorig jaar draait de fabriek, bijna zeventig jaar oud, bovendien volledig op elektriciteit: de gaskraan is dicht terwijl grondstoffen, water en warmte waar mogelijk worden hergebruikt.

Het begint met geluid. Duizenden plastic vormen, niet groter dan een reageerbuisje en gemaakt van 100 procent gerecycled plastic, ratelen door een buis omhoog, tuimelen in een mal en worden binnen een paar seconden met perslucht opgeblazen tot een PET-fles. De warmte van het proces is voelbaar zodra je de hal binnenloopt. Verderop schieten de flesjes langs een luchttransportsysteem direct de vulafdeling in.

Julia Sprong loopt nog steeds graag door de fabriek, ook al werkt ze inmiddels niet meer fulltime op de vloer. Ze is Senior Manager Sustainability bij CCEP, maar begon als Environmental Manager in Dongen. 'De eerste keer dat ik hier naar binnen liep, dacht ik: hier moet ik werken,' zegt ze, terwijl ze langs een van de tien productielijnen loopt.

Lokale ingrediënten

De lokale aanpak begint in Dongen al bij wat de fabriek in gaat. Het water dat in de frisdranken zit, komt uit vijf lokale bronnen die onder het terrein van de fabriek liggen. Ook de suiker komt van suikerbieten van Nederlandse leveranciers. Sprong wijst er graag op als ze het 'Geproduceerd in Nederland'-logo op het Coca-Cola etiket laat zien.

Van gas naar elektriciteit

Rijen onbemande, lasergestuurde heftrucks rijden pallets door de fabriek en glijden geruisloos langs elkaar. Sprong noemt het een 'elektronisch ballet'. Dat ballet is een van de zichtbare resultaten van een project dat de fabriek fundamenteel heeft veranderd: de overstap van gas naar elektriciteit. De oude gasovens maakten plaats voor elektrische varianten, LPG-heftrucks werden vervangen door lasergestuurde elektrische heftrucks en het fabrieksterrein kreeg een nieuw energiesysteem waarin restwarmte uit de productie wordt opgevangen en opgewaardeerd. Twee stratificatietanks van twintig meter hoog fungeren als een soort warmwaterbatterij en bufferen restwarmte uit het productieproces voor het moment dat de fabriek er behoefte aan heeft. 'Het is eigenlijk een soort van 'loop', zegt Sprong. 'Je hebt restprocessen, die geven ook warmte af en die wordt weer teruggebracht.'

Hergebruik

Verantwoord omgaan met water en grondstoffen is ook verderop in de fabriek te zien, bij het spoelen van



Senior Manager Sustainability Julia Sprong

blikjes. Het water waarmee nieuwe, lege blikken worden uitgespoeld, vangt de fabriek op en gebruikt dit opnieuw om de gevulde blikken aan de buitenkant af te spoelen. 'Water is ons belangrijkste ingrediënt. We proberen zo veel mogelijk water te recupereren en te hergebruiken, op een veilige manier,' zegt Sprong.

'Dat doen we over deze hele productielijn. We kijken hoe we de bottlewasher, waar de glazen flesjes in worden gereinigd, steeds slimmer en efficiënter kunnen laten werken.' Minstens zo bepalend voor de fabriek is wat er gebeurt nadat een fles of een krat is gebruikt. Op de krattenlijn, waar lege glazen flesjes terugkomen na gebruik in de horeca, worden de retour genomen kratten gewassen met water dat elders in het productieproces al is gebruikt.

Verpakkingen

Ook aan de fles en het blikje zelf vindt voortdurend innovatie plaats. Alle plastic Coca-Cola-flessen in Nederland bestaan, op dop en etiket na, uit 100 procent gerecycled materiaal, en de hoeveelheid plastic in een anderhalve literfles is de afgelopen tien jaar met bijna 20 procent afgenomen, zonder dat dit ten koste ging van de functionaliteit van de verpakking. Bij de blikjes verdween de plastic verpakking rond een sixpack voor de zogeheten KeelClip®, een kartonnen bovenkant. 'Dat is dus bijzonder innovatief met als resultaat een zo minimaal mogelijke verpakking,' zegt Sprong.

Lokale partnerships en innovatie

De fabriek biedt ruimte aan pilots met technologie. CCEP Ventures is het innovatie- en investeringsprogramma van CCEP dat samenwerkt met startups en technologiepartners om duurzame oplossingen te ontwikkelen en op te schalen, die bijdragen aan de Net Zero-doelstellingen van het bedrijf. In de toekomst ziet Sprong zeker ook pilots in de fabriek. Volgens Sprong sluit dat aan bij de ontwikkeling die met de elektrificatie is ingezet. 'Wat je hier ziet, is echt de fabriek van de toekomst.'

**'WE ZIJN ALTIJD OP ZOEK NAAR
MANIEREN OM IN DE OMGEVING MET
ELKAAR SAMEN TE WERKEN'**

Die innovatie houdt niet op bij de fabriekspoort. We kijken bijvoorbeeld met partners in de omgeving naar de mogelijkheden van energiehubs om op die manier de beschikbare warmte en energie in het gebied zo goed mogelijk te benutten. Qua water werkt de Coca-Cola-fabriek in Dongen met andere bedrijven in de omgeving samen aan een gezamenlijke waterzuivering. 'We zijn altijd op zoek naar manieren om in de omgeving met elkaar samen te werken,' zegt Sprong. 'Zo proberen we steeds samen met partners kansen te vinden in de hele keten.' Het illustreert de binding die de fabriek heeft met de regio.

Het samenspel tussen circulariteit en elektrificatie, tussen wereldmerk en lokale fabriek, tussen innovatie en vaste lokale verbondenheid maakt van Dongen meer dan een productielocatie. De fabriek maakt deel uit van het internationale netwerk van Coca-Cola Europacific Partners, maar heeft tegelijkertijd een sterk lokaal hart. Het is een plek waar de energietransitie en circulariteit niet alleen op papier bestaan, maar elke dag, 24 uur per dag, hoorbaar en zichtbaar in beweging zijn.



Meer informatie?
Scan de QR-code.

Coca-Cola EUROPAIC PARTNERS

Impact staat bij Hai elke dag op het menu

Catering op de werkvloer geldt door- gaans als een facilitaire bijzaak. Koffie, lunch, een borrel na afloop. Organisaties beoordelen het aanbod op prijs, kwaliteit en de tevredenheid van medewerkers. Maar wat als die dagelijkse maaltijd meer kan zijn dan een praktische voorziening? Wat als wat er op het bord ligt iets zegt over wie je bent als organisatie, en wie je wilt zijn?

Eind 2024 gingen Albron en Hutten verder onder de moederorganisatie Hai, Hutten Albron Impact-makers. Albron bestaat 125 jaar, Hutten 95. CEO Jan Willem Hilbron ziet in die lange traditie geen toeval: 'Vanaf het begin ging het om meer dan eten en drinken alleen. Het ging om oprechte aandacht voor mensen en een positieve bijdrage aan hun omgeving. Die maatschappelijke betrokkenheid zit nog steeds in het hart van onze organisatie.'

Hai opereert op meer dan 1100 locaties in Nederland, van bedrijfs- restaurants en zorgomgevingen tot horeca en evenementen. De organisatie telt 7200 medewerkers en realiseert een omzet van ongeveer 500 miljoen euro. Albron en Hutten blijven als afzonderlijke merken actief in de cateringmarkt. Wat de structuur bijzonder maakt: eigenaar is de Hai Foundation, de handelsnaam van Stichting Albron. De helft van de winst wordt geherinvesteerd in de onderneming, de andere helft wordt via Hai Foundation ingezet voor sociale en duurzame impact.

De kloof tussen ambitie en bord

Veel organisaties hebben hun duurzaamheids-ambities helder geformuleerd, terwijl veranderingen in eetgedrag vaak meer tijd vragen. Opdrachtgevers willen sneller verduurzamen dan de mensen op de werkvloer gewend zijn te eten. Dwang werkt overrechts. 'Als mensen zich gepushed voelen, bewegen ze juist de andere kant op.'

'VOOR BEDRIJVEN DIE SOCIALE EN DUURZAME IMPACT BELANGRIJK VINDEN, DENK IK DAT WIJ VAAK DE BESTE KEUZE ZIJN'

Hai kiest daarom bewust voor nudging en geleidelijke aanpassing van het assortiment. Een voorbeeld is de hybride gehaktbal, gevuld met lupine, een Nederlands boontje. Elk jaar neemt het aandeel plantaardig iets toe, waarbij smaak en gastbeleving voorop blijven staan. 'Als hij nog op een gehaktbal lijkt en smaakt naar een gehaktbal, maar intussen steeds meer plantaardig wordt, gaan mensen die transitie vanzelf maken.' Hetzelfde principe geldt voor een kroket op basis van oesterzwammen. Momenteel is ruim 45 procent van het aandeel eiwitten in het assortiment plantaardig van oorsprong. Het streefdoel is 60 procent. 'We weten dat er meer in zit, maar uiteindelijk bepaalt smaak of mensen voor zo'n product kiezen. Daar worden we iedere dag beter in.'



De aanpak van Hai past bij de grote vraagstukken waar de food-servicesector voor staat: gezondere voeding, minder voedselverspilling, een inclusieve arbeidsmarkt en een groeiende vraag naar transparantie in de keten.

Impact aantoonbaar maken

Hilbron gelooft niet in de kracht van mooie beloften zonder bewijs. Hai ontwikkelde een dashboard waarmee opdrachtgevers inzicht krijgen in de impact die ze via hun bedrijfsrestaurant realiseren. Zoutgehalte, vetgehalte, CO₂-footprint van de consumptie, medewerkerstevredenheid: het wordt allemaal inzichtelijk gemaakt. 'Wij kunnen bij opdrachtgevers laten zien dat wij er na een aantal jaar in zijn geslaagd ieder jaar meer mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in te zetten, het aanbod gezonder te krijgen, minder dierlijk eiwit te serveren, en dat de tevredenheid over het eten en over het kantoor is gestegen.'

Die meetbaarheid is ook een antwoord op de CSRD-rapportageplicht, die voor grote organisaties steeds relevanter wordt. Hai was er eerder klaar voor dan de markt verwachtte. 'Wij denken dat het heel goed is dat bedrijven zoals het onze kunnen aantonen dat het werkelijk zo is wat we allemaal roepen.' Ook de impact in de keten wordt meegenomen, van de samenwerking met leveranciers tot de eigen productielocaties in Veghel. Een voorbeeld is De Verspillingsfabriek waar reststromen groente een tweede leven krijgen in onder meer soepen en sauzen, gemaakt door mensen voor wie toegang tot de arbeidsmarkt niet vanzelfsprekend is. Voor opdrachtgevers die zelf onder de CSRD vallen, is dat inzicht meer dan een rapportagevereiste. Het helpt hen om hun sociale en duurzame ambities concreet en aantoonbaar te maken met inzichten uit hun eigen bedrijfsrestaurants.

Gastvrijheid als vliegwiel

Sociale inclusie is bij Hai geen HR-thema aan de zijlijn. Hai werkt met dove en slechthorende bakkers

'WAT ER OP HET BORD LIGT, LAAT ZIEN WAAR EEN ORGANISATIE VOOR STAAT ÉN WELKE IMPACT ZE MAAKT'

in de Zorgbakkerij. Onderdeel van de organisatie zijn ook Sign Language Coffee Bars, waar je je koffie bestelt in gebarentaal en Brownies&downies, waar mensen met een beperking hun talenten ontwikkelen in de horeca. Voor Hai begint betekent sociale inclusie dat iedereen de kans verdient om mee te doen. Mensen die elders lastig aan de slag komen, vinden bij Hai een plek waar hun bijdrage zichtbaar en gewaardeerd wordt en waar zij hun talent verder mogen ontwikkelen. 'En dat doet iets met je als medewerker, of je nu CEO bent of in een bedrijfsrestaurant staat: je voelt dat je samen bijdraagt aan iets groters.'

Hilbron ziet dit alles niet als losstaande projecten, maar als onderdelen van één samenhangend model. Hoe meer organisaties kiezen voor hospitality met aantoonbare impact, hoe groter Hai kan groeien en hoe meer middelen beschikbaar komen via de Hai Foundation om nieuwe sociale en duurzame initiatieven aan te jagen. 'Ik wil groeien omdat ik dan meer impact kan maken. Door iedere keer met opdrachtgevers, gasten en collega's die impact werkelijk waar te maken, groei je automatisch en wordt die motor steeds groter.'

De ambitie is helder: hospitality niet zien als kostenpost, maar als strategisch instrument waarmee organisaties hun maatschappelijke ambities tastbaar maken in de meest alledaagse keuzes. Wat er op het bord ligt, is geen bijzaak. Het laat zien waar een organisatie voor staat. Iedere dag opnieuw.



Meer informatie? Scan de QR-code.



Duurzame Dinsdag: hoe Hordijk bouwt aan een circulaire, duurzame verpakkingstoekomst

Hordijk is een familiebedrijf met meer dan een eeuw ervaring in verpakkingssinnovatie, met een sterke focus op duurzaamheid voor de voedingsmiddelen-, personal care-, farmaceutische en tuinbouwsector. Het bedrijf verlaagt de ecologische voetafdruk voortdurend via ontwerp, circulariteit en duurzame biobased materialen.

Voor Hordijk bestaat een duurzame verpakkingsoptlossing uit een oplossing die de ecologische voetafdruk op drie manieren verlaagt: door slim ontwerp, door meer circulariteit en door de verkenning van biobased materialen.

Ontwerp dat verspilling voorkomt

De eerste pijler is een ontwerp dat het verpakte product optimaal beschermt, zodat verspilling in de keten wordt voorkomen. Hordijk levert hierin maatwerk voor klanten in de voedingsmiddelenindustrie. Samen met klanten optimaliseert het bedrijf het verpakkingsontwerp op basis van het verwerkingsproces, het transport en de functionele eisen die de

verpakking moet vervullen. Een voorbeeld hiervan is de easy-seal PET tray, een verpakking die is ontwikkeld om productverlies terug te dringen. Deze aanpak zorgt ervoor dat producten hun weg door de keten zonder schade afleggen en dat waardevol voedsel niet onnodig verloren gaat.

Meer circulaire verpakkingen

Daarnaast zet Hordijk in op meer recyclebaar materiaal en oplossingen die de circulariteit verbeteren, onder meer via monomateriaaloplossingen en hergebruik van materiaal in de keten. Met de ontwikkeling van meer circulaire verpakkingen verlaagt Hordijk de CO2-voetafdruk, terwijl materialen zoveel mogelijk lokaal in de kringloop blijven. Design for recycling is hierbij een belangrijk uitgangspunt: verpakkingen worden vanaf het ontwerp zo gemaakt dat ze na gebruik weer waardevolle grondstof zijn, in plaats van afval. De Europese PPWR (Packaging & Packaging Waste Regulation) stimuleert deze inzet op recyclaat en innovatie. Zo draagt Hordijk actief bij aan een schaalbare, circulaire verpakkingketen voor de toekomst.



Verkenning van biobased materialen

Tot slot onderzoekt Hordijk actief de mogelijkheden voor de inzet van biobased kunststoffen, waarmee het gebruik van fossiele grondstoffen kan worden teruggedrongen. Zo gebruikt het bedrijf bio-polyethyleen dat wordt vervaardigd uit suikerriet. Ook werkt Hordijk samen met ketenpartners aan de ontwikkeling van nieuwe materialen, zoals PEF: een volledig plantaardig alternatief voor PET, dat kan worden toegepast in transparante verpakkingen voor onder meer tapas en maaltijdsalades. Het aandeel biobased materiaal is momenteel nog relatief klein; in hoeverre dit de komende jaren zal groeien, hangt mede af van technologische ontwikkelingen, beschikbaarheid, regelgeving en marktbehoefte. Hordijk blijft deze ontwikkelingen op de voet volgen om tijdig te kunnen opschalen.

‘EEN VERPAKKING MAG NA GEBRUIK GEEN EINDPUNT BEREIKEN. WIJ ONTWERPEN ZO DAT HET MATERIAAL OPNIEUW ALS GRONDSTOF DIENT’
— MARTINE HORDIJK,
CEO KONINKLIJKE HORDIJK GROEP

Benieuwd naar de duurzame verpakkingsoptlossingen van Hordijk? Scan dan de QR-code.



Slimme technologie geeft inzicht in energie- en waterverbruik

Duurzaam wonen begint bij keuzes die je iedere dag maakt. Consumenten willen steeds beter begrijpen hoe hun dagelijkse gewoonten invloed hebben op hun energie- en waterverbruik. Juist dat inzicht helpt huishoudens om bewuster om te gaan met hun verbruik en beter onderbouwde keuzes te maken.

Beko behoort volgens TIME Magazine tot de World’s Most Sustainable Companies 2026. Die erkenning is gebaseerd op een brede beoordeling van duurzaamheidsresultaten, publieke doelstellingen en onafhankelijke ESG-beoordelingen. De uitkomsten van de Smart Living Index van Beko sluiten aan bij deze ontwikkeling. Uit het internationale consumentenonderzoek blijkt dat 86 procent van de Nederlandse respondenten energie-efficiëntie

een belangrijke factor vindt bij de aanschaf van een huishoudelijk apparaat. Daarnaast blijkt dat consumenten steeds meer waarde hechten aan inzicht in het daadwerkelijke energie- en waterverbruik tijdens het gebruik van een apparaat.

Buiten de piekuren

Ook in het dagelijks leven maken consumenten bewustere keuzes. Zo geeft 57 procent aan de was liever op een lager toerental te drogen dan de droger te gebruiken. Daarnaast kiezen steeds meer mensen ervoor om apparaten buiten de piekuren te gebruiken. Vooral bij wasmachines, wasdrogers en fornuizen blijkt energiebesparing een belangrijke overweging. Toch laat het onderzoek ook zien dat Nederland achterblijft als het gaat om inzicht in energie- en waterverbruik ten opzichte van andere onderzochte landen. Juist meer inzicht kan huishoudens ondersteunen bij het maken van bewuste keuzes en het terugdringen van het energie- en waterverbruik.

Transparantie speelt daarbij een belangrijke rol. De helft van de respondenten noemt inzicht in energie- en waterverbruik de meest waardevolle

slimme functie. Ook meldingen wanneer een programma is afgerond of wanneer onderhoud nodig is, worden hoog gewaardeerd. Zulke toepassingen maken duurzame keuzes eenvoudiger doordat gebruikers beslissingen kunnen nemen op basis van actuele informatie.

Slimme apparaten

Beko speelt daarop in met slimme apparaten die verbonden zijn met digitale toepassingen. Via de bijbehorende technologie krijgen gebruikers inzicht in hun energie- en waterverbruik en ontvangen zij praktische aanbevelingen om efficiënter met hun apparaten om te gaan. Zo wordt het eenvoudiger om bewuste keuzes te maken, zonder in te leveren op gebruiksgemak.

ZO WORDT EFFICIËNTER OMGAAN MET ENERGIE EN WATER TOEGANKELIJKER IN HET DAGELIJKS LEVEN

De positie van Beko in de World’s Most Sustainable Companies 2026 onderstreept de focus op duurzame innovatie. Daarbij ligt de nadruk niet alleen op ambitieuze doelstellingen, maar ook op oplossingen die consumenten ondersteunen bij efficiënter energie- en watergebruik.





Meer informatie? Scan de QR-code.

DS Smith:

‘We willen elke papiervezel keer op keer opnieuw gebruiken’

Verpakkingen lijken soms niet meer dan een doos of een wikkel, maar spelen een belangrijke rol in hoe grondstoffen worden gebruikt, hergebruikt en verantwoord beheerd. Lydia Butler, Customer Sustainability Lead bij DS Smith, legt ter gelegenheid van Duurzame Dinsdag uit waarom het volgens haar zo belangrijk is om samen met partners in de supply chain door de complexiteit heen te navigeren.



Lydia Butler

Tijdens Duurzame Dinsdag staat de vraag centraal hoe organisaties kunnen bijdragen aan een toekomstbestendige economie. Volgens Butler begint dat vaak bij iets ogenschijnlijk eenvoudigs: de verpakking van een product. Volgens Eurostat komt er in de EU jaarlijks gemiddeld 177,8 kilogram verpakkingsafval per inwoner vrij. Dat zorgt volgens Butler voor meer aandacht voor verpakkingen die na gebruik opnieuw als grondstof kunnen worden ingezet.

‘De wereld van verpakkingswetgeving en duurzaamheid wordt steeds complexer, waardoor het gemakkelijk is om het uiteindelijke doel uit het oog te verliezen. Je moet naar de volledige keten kijken: van duurzame inkoop van grondstoffen en traceerbaarheid tot productie, transport, inzameling en recycling. Circulariteit wordt vaak verward met recyclebaarheid, en het voldoen aan minimale vereisten wordt soms aangezien voor echte vooruitgang.’ Volgens Butler kunnen verpakkingen op basis van papiervezels voor veel supply chains een oplossing bieden, mits bedrijven werken met de juiste zorgvuldigheid en besluitvorming op basis van feiten.

De juiste materiaalkeuzes maken

Elk materiaal heeft zijn voor- en nadelen, maar volgens Butler zoeken bedrijven steeds vaker naar manieren om de milieuvoetafdruk van producten

‘DE MINST SEXY MILLIMETER IS VAAK DE MEEST DUURZAME’

op een veel gedetailleerder niveau te berekenen en minder afhankelijk te worden van fossiele grondstoffen. Verpakkingen op basis van papiervezels worden gemaakt van gerecyclede vezels en hout uit duurzaam beheerde, gecertificeerde en traceerbare bossen. Na gebruik kunnen de vezels opnieuw worden ingezet als grondstof voor nieuwe verpakkingen. ‘Hoewel karton biologisch afbreekbaar is, willen wij iedere vezel terug. Zodat er keer op keer opnieuw een doos van kan worden gemaakt, tot wel 25 keer.’

Maar het materiaal alleen is niet voldoende,’ zegt Butler. ‘Je moet ook kijken naar hoe efficiënt de volledige supply chain is georganiseerd. Dat is geen opgave die je alleen kunt realiseren.

Volgens Butler is veel winst te behalen met slimmer verpakkingsontwerp: minder materiaal gebruiken, lege ruimte verminderen en transport efficiënter maken. Daarbij gaat het niet alleen om wat consumenten in het winkelschap zien, maar ook om de prestaties van de verpakking in de volledige supply chain.

Niet meer materiaal dan nodig

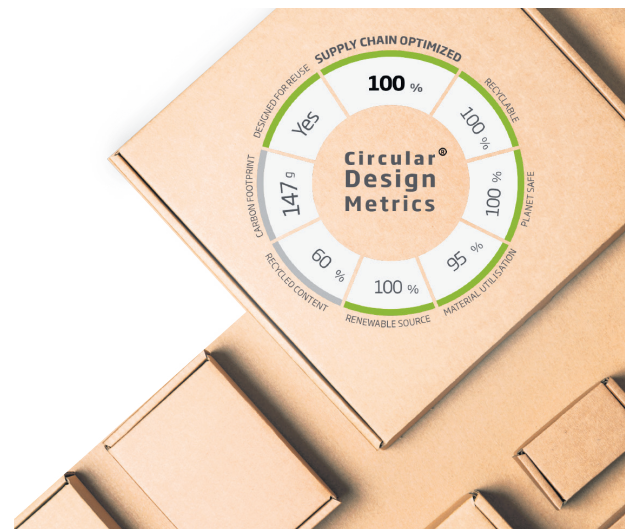
‘Slim ontworpen verpakkingen kunnen helpen het materiaalgebruik te verminderen en producten efficiënter te verpakken, op te slaan en te vervoeren.’ Volgens Butler is er in veel supply chains nog aanzienlijke ruimte voor verbetering. ‘Kunnen we minder materiaal gebruiken? Lege ruimte wegnemen? De recyclebaarheid verbeteren?’ Butler benadrukt dat juist kleine verbeteringen vaak het grootste verschil maken. ‘Het klinkt misschien saai, maar de minst sexy millimeter is vaak de meest duurzame.’

Uiteindelijk is het doel om niet meer materiaal te gebruiken dan strikt noodzakelijk is, terwijl producten goed beschermd blijven. Verpakkingen moeten daarom sterk genoeg zijn voor de supply chain, zonder dat sprake is van onnodige oververpakking. Volgens FEFCO is het basisgewicht van golfkarton in Europa de afgelopen tien jaar met ongeveer 4,8% gedaald. De sector boekt vooruitgang door sterker en lichter papier te produceren met minder materiaal. DS Smith heeft al belangrijke stappen gezet op het gebied van circulariteit en efficiënt grondstoffengebruik. ‘Het is een eenvoudige win-win voor kosten en CO₂-uitstoot, maar veel supply chains zijn nog niet volledig geoptimaliseerd. Daarom stelt de EU via de PPWR strengere eisen aan materiaalminimalisatie en het beperken van lege ruimte.

De 800 ontwerpers en innovators van DS Smith, die zijn opgeleid volgens de Circular Design Principles, helpen klanten dagelijks om verpakkingsontwerpen en supply chains verder te optimaliseren.’

Samenwerken aan een beter traceerbare supply chain met minder impact

Samen met collega's uit het internationale duurzaamheidsteam werkt Butler samen met merken en producenten aan emissiereductie, de traceerbaarheid van grondstoffen en het navigeren door de complexiteit van wet- en regelgeving en duurzaamheidsvraagstukken. ‘Dit zijn belangrijke activiteiten



om een beter traceerbare supply chain met minder impact mogelijk te maken, al zullen de meeste consumenten nooit zien hoeveel werk er achter de schermen plaatsvindt.’

‘Juist daarom speelt ons bedrijf een cruciale rol in het ondersteunen van klanten bij wetgeving, rapportageverplichtingen en het toekomstbestendig maken van hun verpakkingen.’

Enorm motiverend

We hebben inmiddels geholpen om meer dan 1,7 miljard plastic verpakkingsonderdelen te vervangen of te vermijden. Dat is de meest zichtbare manier waarop consumenten vooruitgang kunnen zien. Soms kan het frustrerend zijn, omdat de uitdaging in de supply chain groter is dan de zichtbare recyclebaarheidsuitdaging in het schap. Tegelijkertijd is het enorm motiverend om te zien wat mogelijk is wanneer bedrijven blijven innoveren en samenwerken. Dat is wat ons drijft.’

Meet, beoordeel en verbeter de duurzaamheid van uw verpakkingen met de Circular Design Metrics van DS Smith. Bezoek dssmith.com/CircularDesignMetrics om de gids te downloaden.



Meer weten over DS Smith? Scan de QR-code voor meer informatie.



Hergebruik als nieuwe norm: 'De ultieme manier om te minimaliseren'

De Europese verpakkingswetgeving (PPWR) houdt de supply chain stevig bezig. Sinds augustus 2026 moet de hele keten compliant zijn, waardoor veel organisaties verstrikt raken in definities en administratieve verplichtingen. Verpakkingsspecialist Topa ziet dagelijks hoe bedrijven worstelen met de vraag wie waarvoor verantwoordelijk is.

'We zijn in de keten heel erg bezig met haasje-over. Ik kijk bij mijn leveranciers of ze compliant zijn, ik vertel mijn klanten dat wij dat zijn, en zij moeten dat ook weer vastleggen', schetst Erik During, marketing manager Benelux bij Topa.

Administratieve borging is essentieel door de harde wettelijke eisen, maar volgens During moeten we het grotere plaatje niet verliezen: enkel compliancy lost de werkelijke uitdagingen niet op. 'Het uiteindelijke doel is minder afval en slimmer materiaalgebruik voor nieuwe verpakkingen.'

Twee routes naar de toekomst

Volgens During staan organisaties voor een keuze in hun benadering van de PPWR. 'De meeste partijen kiezen voor de gecontroleerde route om hun license to play te behouden,' legt hij uit. 'Ze bewegen mee met deadlines, regelen de papierwinkel en richten hun pijlen op de meest zichtbare verplichtingen, zoals het aanpassen van doosformaten om te voldoen aan de eis dat een verpakking maximaal 50% lucht mag bevatten. Een logische eerste stap, die we vanuit Topa volop ondersteunen, maar het échte werk gaat verder.'

During ziet namelijk een alternatieve aanpak die uiteindelijk meer oplevert. 'Die tweede route vertrekt niet vanuit regels, maar vanuit het einddoel. Als hergebruik en materiaalreductie de standaard worden, waarom zou je daar nu niet al op voorsorteren? Niet afwachten, maar je logistieke keten met een frisse blik beoordelen en opnieuw inrichten volgens de principes van de toekomst.'

**'MET COMPLIANCE SCHEP JE DE RAND-
VOORWAARDEN OM MEE TE DOEN. MET
DE ALTERNATIEVE AANPAK PAK JE DE
BRON VAN HET PROBLEEM AAN.'**

Hoewel Topa op beide trajecten begeleidt, twijfelt During niet over de meerwaarde van de tweede route. 'Met compliance schep je de randvoorwaarden om mee te doen. Met de alternatieve aanpak pak je de bron van het probleem aan. Dáár maak je het verschil.'

Hergebruik als ultieme minimalisatie

De uitdaging van de PPWR zit niet in het simpelweg verkleinen van dozen; de wet zet in op een kanteling van het logistieke systeem. Hergebruik (re-use) is daarin de manier om het gebruik van nieuw materiaal drastisch terug te dringen. 'De PPWR zet zwaar in op hergebruik', benadrukt During.



'Nu is re-use vaak nog niet verplicht, maar dat verandert snel.' Die overgang uit zich op twee niveaus: in B2B-omgevingen én richting de B2C-consumentenmarkt. Bij interne logistieke B2B-processen zijn eenmalige verpakkingen lastig te verdedigen. 'Als vestiging A levert aan vestiging B binnen hetzelfde concern, heb je weinig argumenten om materialen in een doos te stoppen die je daarna weggooit', illustreert During. Topa zet voor deze ketens in op onder meer herbruikbare pallet-hoezen die meerdere keren meegaan, als alternatief voor wikkelfolie. In de B2C-markt vraagt hergebruik om slimme retourmodellen. Topa experimenteert al met concepten waarbij webshopklanten bewust kiezen voor een retourneerbare verpakking. 'Dat vraagt om een ander model', aldus During.

Het zoeken naar de ondergrens

Wanneer hergebruik niet mogelijk is, vraagt de PPWR om een scherpe onderbouwing van materiaalgebruik. Dat betekent zoeken naar de ondergrens: de minimale hoeveelheid materiaal die nodig is om een product schadevrij te vervoeren. Die ondergrens wordt bepaald door het punt waarop de bescherming van een artikel niet langer volstaat. Zodra een product beschadigt, leidt dat immers direct tot extra afval, retourstromen en kosten. De nieuwe norm is dan ook met de minimale hoeveelheid materiaal zorgen voor de juiste bescherming onder normale transportomstandigheden.

Veel bedrijven zoeken die grens nog op basis van trial & error, wat risico's met zich meebrengt. Topa bepaalt die ondergrens liever met harde data. In ons eigen Topa testinstituut worden verpakkingen via schok-, val-, compressie- en klimaatmetingen exact doorgemeten. Wat dat oplevert, bewijst een casus in de automotive-industrie. Zware stalen motoronderdelen werden traditioneel vervoerd in eenmalige houten kisten met opvulpapier, ingesmeerd met olie en verpakt in plastic. Waar een kartonnen constructie eerst te hoog gegrepen leek, bleek na het integreren van slimme ondersteunende elementen en diverse testronden op val-, tril- en compressiebestendigheid een kartonnen constructie uitstekend bestand tegen zwaar wereldwijd transport. Het resultaat: een 100% papieren en goed recyclebare oplossing, een hogere stapelcapaciteit op de pallet, aanzienlijk lagere kosten en behoud van optimale bescherming.



Wie niet verandert, wordt geen 100 jaar

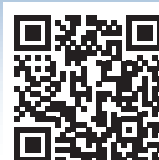
'Deze casus laat zien wat er gebeurt als je bestaande uitgangspunten durft te heroverwegen,' licht During toe. 'Wat jarenlang de standaard was, blijkt met de kennis van nu slimmer en efficiënter te kunnen. Dat is de kern van de PPWR.'

**'DE PPWR DAAGT ONS UIT OM DE LAT
VOOR MINIMALISATIE EN HERGEBRUIK
HOGER TE LEGGEN'**

Kijken met een frisse blik leidt tot nieuwe inzichten en oplossingen. En door die vernieuwingen door te voeren, wordt het voldoen aan de richtlijnen van de PPWR ineens eenvoudiger. 'De PPWR daagt ons uit om de lat voor minimalisatie en hergebruik hoger te leggen en oplossingen te ontwikkelen voor de logistieke keten van de toekomst,' besluit During. '100 jaar ervaring betekent voor Topa juist: onszelf opnieuw uitdagen. Zo geven we dagelijks invulling aan onze belofte: we gaan voor minder.'

Samen ontdekken waar jouw kansen liggen?

Wil je ontdekken waar binnen jouw logistieke proces de mogelijkheden voor hergebruik en minimalisatie van verpakkingsmateriaal liggen? Wij gaan er graag over met je in gesprek.



Meer informatie?
Scan de QR-code.

topa