

STOP DE PLASTIC

Cola-Crap

© MyImages_Micha

Coca Cola's plastic geheim

Hoe de grootste frisdrankfabrikant
ter wereld onze oceanen met
plastic blijft vervuilen

GREENPEACE



Het grootste frisdrankbedrijf ter wereld overspoelt onze oceanen met plastic

Op stranden, in rivieren en oceanen – overal hopen plastic flessen zich op. Schoonmaakacties van stranden geven overal ter wereld hetzelfde beeld: plastic flessen en doppen zijn de meest voorkomende plastic verpakkingen die aanspoelen.¹ Ook op de Nederlandse stranden bestaat het plastic strandafval voor een groot deel uit drankverpakkingen en doppen.²

Deze vervuiling is niet alleen erg lelijk; het is een regelrechte ramp voor onze oceanen. Grote zeedieren zoals haaien en zeevogels krijgen de flessen en doppen binnen en daarnaast breken ze af tot microplastics. Zo komen ze terecht op elk niveau van de voedselketen en uiteindelijk ook bij ons. Er is verontrustend bewijs dat deze microplastics als sponzen werken en giftige chemicaliën uit de oceaan absorberen.³

Het is haast onvoorstelbaar: elk jaar gaat tot 12,7 miljoen ton plastic de oceaan in. Dat is elke minuut een vrachtwagen vol rotzooi.⁴ Plastic drinkflessen zijn een groot deel van het probleem: jaarlijks worden

er 300 miljard flessen van polyethyleen terephthalate (PET) geproduceerd en daarvan wordt bijna de helft na één keer gebruiken weggegooid.⁵ Naar verwachting blijft die productie de komende jaren alleen maar stijgen.⁶ Het is hoog tijd dat de frisdrankindustrie de verantwoordelijkheid neemt voor de gevolgen die haar producten op de oceaan hebben.⁷

Coca-Cola is als grootste frisdrankbedrijf ter wereld bij uitstek verantwoordelijk voor de crisis waarin onze oceanen verkeren. Het bedrijf heeft momenteel een beurswaarde van meer dan 196 miljard dollar (zo'n 166 miljard Euro) en is actief in meer dan 200 landen.⁸ Coca-Cola heeft dus de middelen en de marktpositie om deze stroom aan plastic vervuiling tegen te gaan. Het bedrijf zegt wel zich zorgen te maken over plastic vervuiling in de oceanen, maar tegelijkertijd houdt de frisdrankgigant de grootte van zijn plastic footprint geheim en onderneemt het geen noemenswaardige stappen tegen de vervuiling die zijn producten veroorzaakt.⁹

Schuldig aan de plastic soep

Hoe groot is Coca-Cola's plastic voetafdruk?

In een recente Greenpeace-enquête onder de grootste frisdrankbedrijven ter wereld wilde Coca-Cola als enige niet zeggen hoeveel plastic verpakkingen het wereldwijd jaarlijks op de markt brengt. Coca-Cola beschouwde dit als 'commercieel gevoelige informatie' – terwijl al zijn grootste concurrenten hun gegevens wél vrijgaven. Het Nederlandse Coca-Cola kantoor wilde wel zeggen hoeveel plastic het in Nederland op

de markt brengt: ruim 12.000 ton aan plastic verpakkingen. Coca-Cola's wereldwijde plastic voetafdruk kan echter ingeschat worden aan de hand van de jaarlijkse verkoopcijfers van bepaalde productlijnen en hun aandeel in de totale verpakkingenmix sinds 2012. Op die manier komen we er op uit dat Coca-Cola jaarlijks ongeveer 110 miljard plastic flessen verkoopt. Dat zijn er meer dan 3400 per seconde.¹⁰

Maar ook zonder deze rekensom weten we dat de plastic voetafdruk van Coca-Cola gigantisch is. Alleen al in Nederland verkoopt de multinational maar liefst 6 miljoen consumpties frisdrank per dag.¹¹ Wereldwijd is dat zelfs meer dan 1,9 miljard per dag.¹²





Daarnaast bezit het bedrijf vier van de vijf grootste merken van koolzuurhoudende frisdranken, en nog 16 productlijnen van méér dan 1 miljard dollar (0,85 miljard euro). Met meer dan 500 frisdrankmerken in zijn portefeuille, verkoopt het bedrijf wereldwijd meer dan 3.500 verschillende producten.¹³

Uit onze bevindingen blijkt dat Coca-Cola's verpakkingen wereldwijd voor bijna twee derde (59%) uit plastic wegwerpflessen bestaan.¹⁴ Met zo'n reusachtige plastic voetafdruk moet Coca-Cola de verantwoordelijkheid nemen voor de schade die zijn producten aanrichten aan de oceanen.

Geen ambitie om wegwerpplastic te verminderen

Coca-Cola heeft geen voornemens, beleidsdoelen of agenda om de productie van plastic wegwerpflessen te verminderen. In plaats daarvan wijst het bedrijf op zijn inspanningen om flessen 'lichtgewicht' te maken: ze maken de fles dunner om kosten, plasticgebruik en CO₂-uitstoot te verminderen. Maar ook de dunnere plastic flessen van Coca-Cola komen terecht in de oceaan waar ze het zeeleven schaden. Bovendien zorgt de 'lichtgewicht'-versie ervoor dat de productie van plastic flessen juist opgevoerd kan worden. Als Coca-Cola de plasticvervuiling van de oceanen werkelijk wil aanpakken, moet het iets beters bedenken dan een nieuwe wegwerpfles.

Alternatieven voor wegwerpplastic

Herbruikbare verpakkingen en alternatieve manieren van toelevering staan momenteel wereldwijd in de belangstelling. Veel fabrikanten steunen het plan 'New Plastics Economy' van de Ellen MacArthur Stichting, om tenminste 20% van alle plastic verpakkingen te hergebruiken. Het rapport van deze stichting uit 2017 hamert op de noodzaak om wegwerpplastic te vervangen door herbruikbare alternatieven en om nieuwe verpakkingen te ontwerpen die gebaseerd zijn op navulling van het product.¹⁵

Frisdrankbedrijven doen dat bijvoorbeeld al met de 'frisdranktap', die je veel ziet in bioscopen en fastfood-restaurants. Coca-Cola vertelde Greenpeace dat zijn verpakkingenmix in 2015 wereldwijd voor een tiende bestond uit dit soort frisdranktaps, waaronder de Freestyle-tap die in 2009 gelanceerd werd. Maar Coca-Cola vermeldt deze taps nergens meer in de cijfers van 2016.

Om plastic verpakkingen te verminderen, moet Coca-Cola ook voor de frisdrankconsumptie thuis en onderweg nieuwe manieren van distributie en aanlevering ontwikkelen. Eerder erkende het bedrijf dat systemen voor thuisbezorging een 'kans voor de lange termijn' zijn, maar de thuishap uit 2015 werd al na een jaar geschrapt.¹⁶



Achteruitgang met hervulbare flessen

In diverse landen wordt frisdrank verkocht in hervulbare flessen. Ingeleverde glazen flessen kunnen tot 50 keer hergebruikt worden en plastic flessen tot 15 keer.^{17,18}

Die hervulbare plastic flessen hadden we in Nederland ook. En omdat er statiegeld op zat, kwam maar liefst 98 procent van de flessen weer bij de fabriek terug. Maar onder andere Coca-Cola wilde liever van de fles af.¹⁹ De frisdrankindustrie zette de lobby keihard in met een zelf geïnitieerde studie. En met succes: in 2006 werd de plastic wegwerpfles in Nederland geïntroduceerd – als eerste door Coca-Cola.^{20,21}

Wereldwijd is dezelfde trend gaande. Coca-Cola's jaarlijkse duurzaamheidsrapporten, in combinatie met nieuwe gegevens waarover Greenpeace beschikt, laten zien dat de frisdrankgigant het aandeel hervulbare drankverpakkingen de afgelopen tien jaar heeft verkleind. Tussen 2008 en 2015 daalde het percentage hervulbare verpakkingen in Coca-Cola's wereldwijde portfolio van bijna één derde naar een kwart (25%).

Plastic wegwerpflessen zijn juist aan de winnende hand, met een groei van 2% in slechts één jaar. Daarmee bestaat 59% van Coca-Cola's verpakkingen wereldwijd uit plastic wegwerpflessen.²²

Korte termijn winst boven duurzaamheid

Coca-Cola vertelt zijn klanten graag hoe belangrijk recycling is. Toch slaagt het bedrijf er zelf niet in om de hoeveelheid hergebruikt materiaal in zijn flessen te verhogen. Sterker nog: Coca-Cola houdt keurig bij hoe vaak ze hun klanten sinds 2011 met hun recycling-boodschap hebben geconfronteerd. Maar als het gaat over de hoeveelheden nieuw en hergebruikt plastic die ze elk jaar wereldwijd voor hun verpakkingen gebruiken, weigert het bedrijf harde cijfers te geven.²³

Dit weten we wel: Coca-Cola had in 2015 een weinig ambitieuze doelstelling en behaalde die nog niet voor de helft. Een kwart van de plastic flessen moest van hergebruikt of 'hernieuwbaar' materiaal gemaakt worden, maar dat werd slechts 12.4%.²⁴ Het gemiddeld aandeel van gerecycled plastic (rPET) in de wereldwijde productie bleef steken op een schamele 7%.

Als reden voerde Coca-Cola de gedaalde olie-prijzen aan: daardoor werd nieuw plastic goedkoper en de toename van rPET 'een uitdaging'.²⁵ In zijn duurzaamheidsrapport van 2016 geeft Coca-Cola toe: "de waarheid is dat we nog niet de gewenste vooruitgang hebben geboekt".²⁶

Blijkbaar ruilt Coca-Cola zijn toezeggingen op het gebied van duurzaamheid gemakkelijk in voor korte termijn winsten. Dat economische belangen voorop staan, bleek al eerder. Zo staat in het duurzaamheidsrapport van 2013: "We houden vast aan het gebruik van rPET in onze verpakking, omdat het economisch voordelig is."²⁷ Ondertussen heeft de prijsdaling van olie en nieuw plastic grote schade aangericht bij recyclingbedrijven; een aantal fabrieken is gesloten door de sterk wisselende vraag naar hun producten.²⁸

Nadat Coca-Cola de wereldwijde recycling-doelen in 2015 niet had gehaald, liet het deze bedrijfsdoelstelling helemaal varen. Naar eigen zeggen wilde Coca-Cola de vooruitgang nu uitsluitend afmeten aan de CO₂ reductie, in plaats van de bredere milieueffecten van zijn plastic flessen.²⁹

De 100% gerecyclede fles bestaat al

Compleet gerecyclede flessen zijn heel goed mogelijk: de afgelopen tien jaar hebben verschillende frisdrankmerken ze al in productie genomen. In Nederland gebruikt Bar le Duc sinds 2016 voor al zijn flessen 100% rPET. Merken in andere landen zijn ons voorgegaan. In 2007 was Ribena (van Suntory) het eerste grote Britse frisdrankmerk dat uitsluitend gerecycled plastic gebruikte. In Canada ging Naya Natural Spring Water in 2009 over op 100% gerecyclede flessen; in 2011 volgde 7Up (van PepsiCo) met de volledig gerecyclede 'EcoGreen' flessen.

Het merk Watsons Water uit Hong Kong biedt zijn klanten sinds 2015 'Go Green' flessen en in hetzelfde jaar stapte Nestlé's Natural Spring Water in de VS over op 100% rPET-flessen. Het smoothie-merk Innocent, dat voor 90% in handen is van Coca-Cola, pionierde al in 2007 met een 100% gerecyclede plastic fles, maar verlaagde het percentage hergebruikt materiaal in 2017, zogezegd vanwege 'kwaliteitskwesaties'.



De plastic soep vraagt wereldwijde actie

In Nederland doet Coca Cola het relatief minder slecht. Hier gebruikt het bedrijf gemiddeld 39% gerecycled materiaal in zijn PET-verpakkingen.³⁰ Maar dat is nog steeds te weinig. Elke fles bestaat nog steeds onnodig voor 61% uit nieuw plastic.

Bovendien is de plastic soep geen Nederlands probleem. De afvalstroom kent geen grenzen. Coca Cola moet wereldwijd in actie komen om onderdeel te worden van de oplossing in plaats van het probleem.

Op mondiaal niveau heeft Cola-Cola nu geen enkele doelstelling meer voor de toepassing van gerecycled materiaal, laat staan een helder tijdspad om uit te komen op 100% gerecycled materiaal in zijn flessen. De Europese tak van Cola-Cola heeft als magere doelstelling om in 2020 twee-vijfde van het materiaal voor plastic flessen uit gerecyclede of 'hernieuwbare' bronnen te halen.

Verder kondigt Coca-Cola al sinds 2011 aan dat het miljarden gaat investeren in opkomende economieën,³¹ maar doet het geen enkele toezegging dat er in die landen meer materiaal zal worden gerecycled. Tegen Greenpeace zegt men dat doelen op dit gebied 'afhankelijk zijn van het verzamelen van basisinformatie'. UNEP, het milieu-instituut van de Verenigde Naties, zei hierover in 2014: 'Het is opmerkelijk dat Coke zijn bindende doelstellingen voor gerecycled materiaal voor PET-flessen heeft opgeschort, terwijl zijn concurrenten juist bindende doelen hebben vastgesteld.'³²



Vooruitgang stopt

2015

Doel: 25% van de plastic flessen verkregen uit gerecyclede of 'hernieuwbare' bronnen

Resultaat: 12,4% bereikt, waarvan slechts 7% gerecycled materiaal

In 2016 liet Coca-Cola deze doelstelling helemaal los.

2020

Doel: 75% van de verkochte flessen en blikjes in 36 door Coca Cola aangewezen ontwikkelde landen inzamelen en hergebruiken

Voortgang: Achterstand opgelopen tussen 2013 en 2016

Bioplastic gaat de oceanen niet redden

Sinds 2015 gooit Coca-Cola 'hernieuwbaar' en gerecycled plastic in de doelstellingen op één hoop. Dat is niet goed, want het leidt de aandacht af van de verantwoordelijkheid van het bedrijf om wegwerpplastic te verminderen.

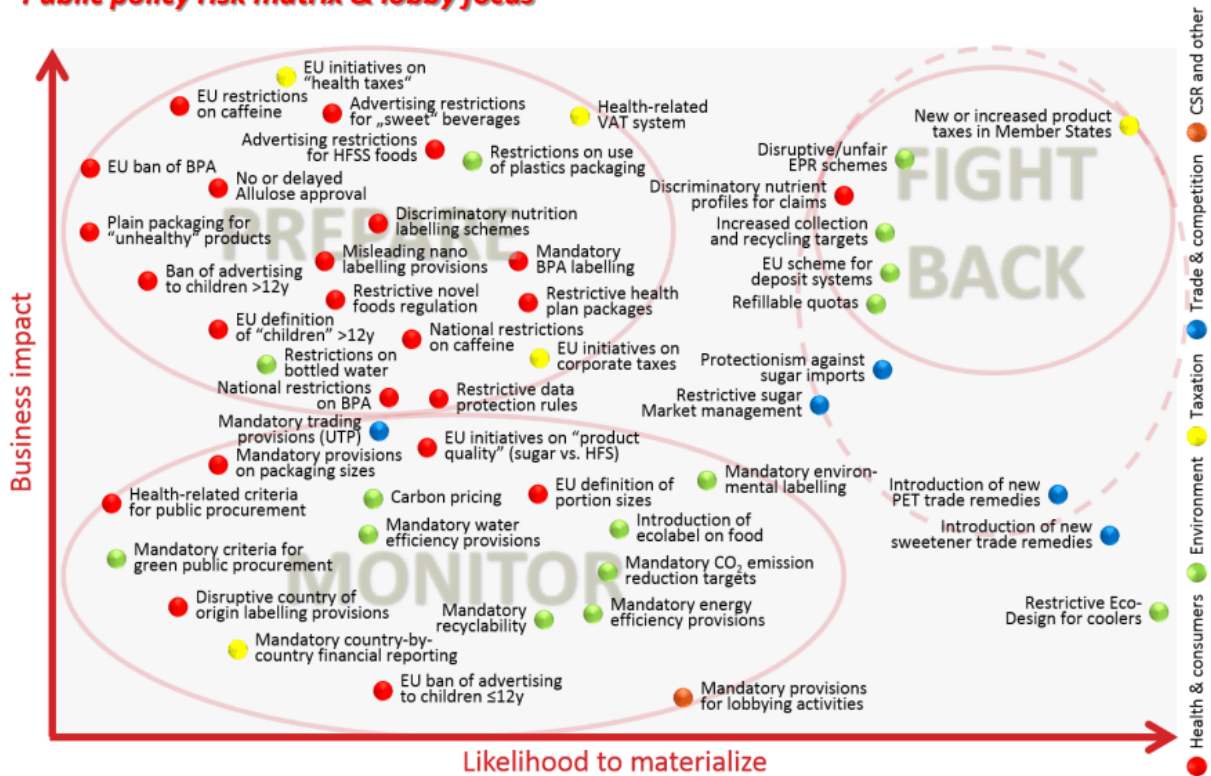
'Hernieuwbaar' plastic of bioplastic, zoals Coca-Cola's 'PlantBottle', bevat plantaardig materiaal in plaats van fossiele grondstoffen. De plantaardige fles kan de CO₂-uitstoot verminderen tijdens de productie, maar doet niets tegen het probleem van wegwerpplastic dat in de oceaan terecht komt - tenzij de fles na gebruik wordt ingenomen en daarna opnieuw wordt gebruikt of gerecycled. De fles is niet biologisch afbreekbaar en richt

evenveel schade aan als het in het milieu terecht komt. Aan de groeiende productie van wegwerp-bioplastic zit nog een ander probleem: doordat dit steeds meer landbouwgrond vraagt, is het risico dat de voedselproductie in gevaar komt.

Greenpeace dringt er bij Coca-Cola op aan, om het plastic gebruik drastisch te verminderen door alternatieve leveringsmethodes en herbruikbare verpakkingen. Coca-Cola's toezegging om meer 'hernieuwbaar of gerecycled plastic' te gebruiken volstaat niet: het is niet of-of. We mogen ons dus niet laten afleiden door de investeringen in de PlantBottle die deels gemaakt is van bioplastic; alle plastic verpakkingen van Coca-Cola moeten bestaan uit 100% gerecycled materiaal.



Public policy risk matrix & lobby focus



Coca Cola Europe's Radar Screen of EU Public Policies
Monthly issue update: February & March 2016

Coca-Cola Europe

Lobbyen tegen oplossingen

'Vechten' tegen het EU-beleid rond circulaire economie

Op Coca-Cola's website staat: "De circulaire economie heeft vele voordelen, maar werkt alleen goed als iedereen en elk bedrijf meedoet."³² Dit staat haaks op het lobbywerk waarmee het bedrijf de wetgeving rond de circulaire economie probeert te ondermijnen.

In het voorjaar van 2016 lekten interne documenten uit, waaruit blijkt dat Coca-Cola de EU-beleidsnota 'pakket circulaire economie' op een aantal onderdelen onderuit wilde halen. Het document stelt zes specifieke doelen voor om 'terug te vechten'³⁴ (zie de afbeelding op pagina 8). Drie prioriteiten zijn 'de EU-regeling voor statiegeldsystemen', 'de quota voor hervulbare verpakkingen' en 'de versturende/oneerlijke EPR' (Extended

Producer Responsibility - over het vergroten van de verantwoordelijkheid van verpackingsproducenten). De interne documenten onthullen ook plannen voor een 'permanente Coke-lobby' tegen de EU-richtlijnen voor verpackingsafval.

In een uitgelekte e-mail beschrijven medewerkers van Coca-Cola hoe het bedrijf 'de eindresultaten beïnvloedt' van Europese wetgeving over de circulaire economie 'door brancheorganisaties actief te benaderen en ermee samen te werken'.³⁵

Gegevens uit het transparantieregister van de EU bevestigen dit: Coca-Cola heeft in 2016 zo'n €1,000,000 besteed aan lobbyen bij de Commissie, en een van de speerpunten van deze lobby was het beleid rond de circulaire economie.³⁶

Lobbyen tegen statiegeld

Coca Cola heeft tot op de dag van vandaag hard geprobeerd om wereldwijd de

introductie van statiegeldsystemen tegen te houden. Dankzij die systemen wordt meer dan 95% van de drankverpakkingen ingezameld in Duitsland en Noorwegen – en hier in Nederland van grote PET-flessen. Toch wordt statiegeld voortdurend tegengewerkt door de frisdrankindustrie, die zijn eigen korte termijn winsten voorop stelt.

Ook in Nederland verzet de levensmiddelenindustrie zich tegen het statiegeldsysteem. Lobbyen gebeurt via de brancheorganisaties; voor Coca-Cola is dat de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI). Overduidelijk is dat deze club statiegeld liever kwijt dan rijk is.^{37 38} Daarvoor gebruikt men klassieke lobby-trucs zoals gestuurde studies waarvan de uitkomst vooraf al vaststaat^{39 40}, afleidingsmanoeuvres zoals het door de industrie zelf opgezette, onvoldoende presterende Plastic Heroes systeem⁴¹ en nauwe banden met ambtenaren⁴². Zo is de industrie al 15 jaar succesvol in het tegenhouden van statiegeld op kleine flesjes en blikjes.^{43 44} En dus kennen we in Nederland (in tegenstelling tot bijvoorbeeld Duitsland) alleen statiegeld op grote PET-flessen. In 2015 was het de industrielobby bijna gelukt om statiegeld in Nederland helemaal te laten afschaffen, maar omdat de industrie zich

herhaaldelijk niet aan haar afspraken hield, bleef het systeem in stand.⁴⁵

Maar Coca-Cola hangt zijn tegenwerking tegen statiegeld liever niet aan de grote klok. Nadat Greenpeace begin 2017 het lobbywerk van Coca-Cola in het Verenigd Koninkrijk openbaarde, draaide het bedrijf snel 180 graden en gaf het zijn steun aan de introductie van statiegeld in Schotland.⁴⁶ Coca-Cola Nederland zegt tegen Greenpeace een ‘neutraal’ standpunt in de kwestie te hebben, maar wie zich in het statiegelddebat verdiept en met stakeholders praat, leert het tegenovergestelde. Coca-Cola zou samen met Ahold het statiegelddebat in Nederland vrijwel volledig domineren, en zeker niet ten gunste van statiegeld.⁴⁷

In de periode dat dit rapport uitkomt, is de discussie over uitbreiding van statiegeld op kleine flesjes en blikjes weer hevig opgelaaid. Ondanks mooie beloftes van de industrie, liggen de Nederlandse straten en stranden er namelijk nog steeds vol mee. Het nieuwe kabinet moet zich over de kwestie buigen. Een studie in opdracht van het ministerie stelt dat tot wel 90% minder flesjes en blikjes in het milieu terecht komen als statiegeld wordt uitgebreid.⁴⁸ Industrieclubs probeerden de studie direct te ondermijnen.⁴⁹



In Australië voerde Coca-Cola tussen 2009 en 2014 een omvangrijke openbare campagne tegen statiegeldsystemen. Samen met zijn branchegenoten besteedde Coca-Cola bijna 20 miljoen Australische dollars (zo'n 13,3 miljoen euro) om de invoering van statiegeld te blokkeren, onder andere via rechtszaken.⁵⁰ In Iowa probeerde Coca-Cola in 2016 uit alle macht een wetsvoorstel voor statiegeld te laten intrekken, door het te vervangen met 'een omvattender systeem voor recycling en afvalvermindering', zo bleek uit uitgelekte interne e-mails.⁵¹ Dit ondanks de wereldwijd bewezen successen van statiegeld. Een andere e-mail ging over Quebec, waar de burgemeester van Montreal flessenwater wilde verbieden en Coca-Cola overheidsambtenaren benaderde om deze plannen te dwarsbomen.⁵² Recent onderzoek door Greenpeace toont aan dat Coca-Cola tot 2017 intensief gelobbyd heeft tegen statiegeld in het Verenigd Koninkrijk.⁵³



© Greenpeace / Jane Castle

Het is ongelooflijk dat Coca-Cola zichzelf presenteert als een 'actieve en ondersteunende belanghebbende in lokale statiegeldsystemen'. Bij het invullen van de frisdrank-enquête van Greenpeace voerde Coca-Cola de statiegeldsystemen in Nederland, Estland, Frankrijk, Litouwen en Duitsland op als bedrijfsactiviteit.⁵⁴ Het bedrijf zei tegen Greenpeace: 'Het Coca-Cola-systeem was van fundamenteel belang voor de ontwikkeling en de naleving van EPR [producentenverantwoordelijkheid voor verpakkingen, red.] en statiegeldregelingen in heel Europa', ondanks een wereldwijde agressieve lobby tegen statiegeld.

Nog absurder is het, dat Coca-Cola begin 20^{ste} eeuw aan de wieg stond van het statiegeld. De glazen Coke-flessen waren te waardevol voor eenmalig gebruik. Daarom introduceerde het bedrijf een 'terugbetaalbare heffing' op de fles, die voor 80% van zijn bottelaars gold. Door deze regeling werd aan het eind van de jaren '40 maar liefst 96% van de flessen teruggebracht en hergebruikt.

'Groene' marketing als vermomming

Coca-Cola geeft vier miljard dollar (zo'n 3,5 miljard euro) per jaar uit om zichzelf te profileren als een verantwoordelijk, ambitieus bedrijf – evenveel als het gezamenlijke BBP van 27 landen.⁵⁵ Als sponsor van de jaarlijkse International Coastal CleanUp⁵⁶ van de actiegroep Ocean Conservancy verklaarde Coca-Cola: 'Onze verpakkingen zijn te vinden tussen de rommel die gevonden wordt op de kustlijnen van de wereld, dus we hebben een verplichting om te helpen bij een serieuze aanpak van de vervuiling van de oceaan'.⁵⁷

Maar Coca-Cola verschuilt zich liever achter leuke acties die de verantwoordelijkheid bij de consument leggen, dan zelf actie te ondernemen om zijn gigantische plastic voetafdruk te verkleinen. Het bedrijf investeert fors in burgerinitiatieven voor recycling en tegen afval, die de aandacht vestigen op de verantwoordelijkheid van de consument en niet op de miljarden wegwerpflessen die het bedrijf jaarlijks op de markt brengt.

Zo ook in Nederland. Coca-Cola wijst hier voor de inzameling van kleine flesjes naar zijn actieve bijdrage aan de Stichting Nederland Schoon het project 'Schoon Belonen', dat scholen en (sport) verenigingen voor de duur van twee jaar aanspoort om zwerfafval op te ruimen.⁵⁸ Iedere vorm van wetenschappelijke onderbouwing en toetsing ontbreekt. Wel staat het project garant voor genoeg mediamomenten, met wethouders en hun 'feestelijke kickoffs' en foto's van goedwillende kinderen of leraren. Dit project werd opgezet nadat de lobby om statiegeld op grote flessen af te schaffen mislukte. Uit angst dat het statiegeld juist uitgebreid zou worden naar kleine flesjes en blikjes, presenteerde de industrie dit knuffelbare project als alternatief.⁵⁹

Maar een schoolklas kan natuurlijk niet op tegen de bergen nieuw wegwerpplastic die bedrijven als Coca-Cola dagelijks de wereld in helpen.

In andere landen hanteert Coca-Cola dezelfde tactiek. Dat begon in de jaren '50, toen Coca-Cola een van de oprichters was van 'Keep America Beautiful'. Critici verwijten de organisatie al jaren dat men statiegeld en andere overheidsinitiatieven tegen plasticvervuiling blokkeert en de aandacht afleidt van de rol die de industrie kan spelen in het terugdringen van wegwerpverpakkingen.⁶⁰

Coca-Cola geeft nog altijd donaties aan Keep America Beautiful, waaronder buurtsubsidies voor recyclingbakken. Ze zijn onderdeel van Coca-Cola's belangrijkste duurzaamheidsdoel voor 2020: het equivalent van 75% van de flessen en blikjes die het bedrijf in 36 ontwikkelde landen verkoopt, hergebruiken en recyclen.⁶¹ Helaas blijkt uit een analyse van Coca-Cola's duurzaamheidsrapporten dat tussen 2013 en 2016 sprake is van achteruitgang: het percentage daalde van 63% naar 59,3%.⁶²





Via pr-campagnes en sponsorcontracten profileert Coca-Cola zichzelf graag als marktleider op het punt van duurzaamheid. Onlangs nog ondertekende het bedrijf het actieplan 'New Plastics Economy' van de Ellen MacArthur Foundation op het World Economic Forum 2017. Bij die gelegenheid beweerde Bea Perez, Chief Sustainability Officer van Coca-Cola, dat het bedrijf erkent dat het tijd is voor 'een plasticsysteem dat volledig in lijn is met de circulaire economie. De markt en het milieu vereisen het.'⁶³ Overigens stelt het actieplan wereldwijde doelen om plastic verpakkingen fors terug te brengen, te hergebruiken en te recyclen, maar Coca-Cola heeft zijn wereldwijde doelstellingen op al deze punten nog niet verduidelijkt.

Coca-Cola beweert: 'We zijn geïnteresseerd in duurzame innovaties die echte, meetbare voortgang op de lange termijn opleveren en niet in aansprekende marketingpraatjes waarmee we op de korte termijn pr-punten scoren.'⁶⁴ Maar zolang het bedrijf geen geloofwaardige initiatie-

ven ontplooit om zijn eigen plastic voetafdruk te verkleinen, is dat laatste precies wat Coca-Cola doet.

Invloed op de branche

Als grootste frisdrankbedrijf ter wereld zou Coca-Cola het voortouw moeten nemen om de branche te veranderen, door nieuwe leveringsmethodes en herbruikbare producten te ontwikkelen en ervoor te zorgen dat alle verpakkingen voor 100% gerecycled zijn.

Het uitfaseren van wegwerpplastic zou de plastic footprint van Coca-Cola drastisch verkleinen en een enorme impact hebben op de hoeveelheid plastic die elk jaar in de oceaan terechtkomt.

Daarnaast kan Coca-Cola zijn eigen toeleveranciers aansporen om hun plastic footprint te verkleinen, evenals de frisdrank branche. Onderzoek van

Greenpeace naar de wereldwijde top-zes bedrijven laat zien dat de problemen rond Coca-Cola's plastic gebruik en -beleid in de hele branche spelen.⁶⁵

Coca-Cola heeft al eens bewezen dat het zijn dominante marktpositie kan gebruiken voor de ontwikkeling en invoering van nieuwe technologieën: bij de aanpak van fluorkoolwaterstof (HCF's), een belangrijke oorzaak van klimaatverandering. In 2004 lanceerden Coca-Cola en Unilever het initiatief 'Refrigerants, Naturally!', met als doel om deze fluorgassen uit hun koelsystemen te weren. De actie kreeg veel aandacht en de openlijke steun van UNEP en Greenpeace. PepsiCo en Red Bull haakten aan, en de CO₂-uitstoot verminderde naar schatting met het equivalent van 6,7 miljoen personenauto's per jaar.⁶⁶ Ook helpt Coca-Cola via het Consumer Goods Forum 400 fabrikanten en verkopers van consumptiegoederen om de stap te maken naar duurzame koeltechnologieën.

Coca-Cola had in 2016 een omzet van maar liefst 8,8 miljard Euro.⁶⁷ Het heeft dus de middelen en de invloed om de branche ambitieuze doelstellingen op te leggen voor de ontwikkeling van alternatieven voor wegwerpplastic. Het behalen van die doelstellingen zou een enorme stap betekenen in het stoppen van de plastic afvalstroom die nu in onze oceaan terechtkomt.

Oplossingen

Greenpeace roept Coca-Cola op om verantwoordelijkheid te nemen voor de plastic vervuiling van de oceanen en het gebruik van plastic wegwerpverpakkingen zo snel mogelijk uit te faseren, door het volgende te doen:

1. Verminderen en hergebruiken

Ga over op herbruikbare verpakkingen en ontwikkel leveringsmethodes op basis van hergebruik

2. Recyclen

Zorg dat de overige verpakkingen gemaakt zijn van 100% gerecycled materiaal, en dat ze gerecycled of gecomposteerd kunnen worden

3. Openbaar maken

Wees transparant over de soorten en hoeveelheden gebruikt, hergebruikt en gerecycled plastic, zodat de voortgang gemeten kan worden.



Neem voor meer informatie contact op met: meike.rijksen@greenpeace.org

www.greenpeace.nl

GREENPEACE

Bronvermelding

- 1 Ocean Conservancy (2016) International Coastal Clean-Up <http://www.oceanconservancy.org/our-work/international-coastal-cleanup/2016-ocean-trash-index.html>
- 2 <https://www.noordzee.nl/recordaantal-vrijwilligers-maakt-hele-noordzeekust-afvalvrij/>
- 3 Greenpeace Research Laboratories (2016) Plastics in Seafood <http://www.greenpeace.org.uk/sites/files/gpuk/PlasticsInSeafood-Final.pdf>
- 4 <http://science.sciencemag.org/content/347/6223/768>
- 5 PMMI & Euromonitor International (2015) Global Packaging Landscape: Growth, Trends & Innovations <http://www.pmmi.org/files/ResearchandTrends/Industry/Global-Packaging-Trends-ES.pdf> and The New Plastics Economy/Ellen MacArthur Foundation (2016) Rethinking the Future of Plastics https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/EllenMacArthurFoundation_TheNewPlasticsEconomy_15-3-16.pdf
- 6 PMMI & Euromonitor International (2015)
- 7 Greenpeace (2017) Bottling It http://www.greenpeace.org.uk/sites/files/gpuk/Bottling-It_FINAL.pdf
- 8 https://www.ft.com/topics/organisations/Coca-Cola_Co
- 9 <http://www.coca-colacompany.com/coca-cola-unbottled/rolling-up-our-sleeves-and-pitching-in-to-eliminate-marine-waste-a-q-a-with-cokes-april-crow>
- 10 Based on stated PlantBottle sales and their proportion of global packaging mix from 2012 <http://assets.coca-colacompany.com/44/d4/e4eb8b6f4682804bdf6ba2ca89b8/2012-2013-gri-report.pdf> and 2014 <http://www.coca-colacompany.com/stories/our-progress-what-were-doing-and-how-were-doing-it>
- 11 <https://has.nl/nl/blog/interview-coca-cola-1-nederland-6-miljoen-consumpties-frisdrank-dag>
- 12 <http://www.coca-colacompany.com/our-company/infographic-coca-cola-at-a-glance>
- 13 Marion Nestle (2015)
- 14 See 2016 Coca-Cola System Global Packaging Mix <http://www.coca-colacompany.com/stories/2016-packaging-and-recycling>
- 15 Ellen MacArthur Foundation (2017) Catalysing Action https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/New-Plastics-Economy_Catalysing-Action_13-1-17.pdf
- 16 <http://www.coca-colacompany.com/stories/keurig-kold-platform-to-be-discontinued>
- 17 https://www.europa-nu.nl/id/vgr8ksj6box3/nieuws/herbruikbare_plastic_frisdrankfles_gaat?ctx=vhurdxyq2n7u&start_tab0=184
- 18 <https://www.zerowasteurope.eu/tag/refilling-bottle/>
- 19 <https://www.trouw.nl/home/coca-cola-introduceert-nieuwe-pet-fles-ac662329/>
- 20 <https://www.volkskrant.nl/economie/kan-de-hervulbare-pet-fles-weg-a714850/>
- 21 <https://www.trouw.nl/home/zonder-statiegeld-gaat-het-niet-aeb7f1a1/>
- 22 <http://www.coca-colacompany.com/stories/2016-packaging-and-recycling-&communicatie-tussen-greenpeace-en-coca-cola>
- 23 Survey response to Greenpeace, 2016
- 24 See p38 http://assets.coca-colacompany.com/29/0b/1c0121a84941aa46b9c9f6201ac9/2014-2015-sustainability-report.15_080415.pdf
- 25 See p39 http://assets.coca-colacompany.com/f8/8a/a30682fa49ef9bef3d99d27bd33/sustainability.15_072315.pdf
- 26 <http://www.coca-colacompany.com/stories/2016-packaging-and-recycling>
- 27 <http://assets.coca-colacompany.com/44/d4/e4eb8b6f4682804bdf6ba2ca89b8/2012-2013-gri-report.pdf>
- 28 <https://www.ft.com/content/cc2f612-63c2-11e6-8310-ecf0bddad227> and <https://www.nytimes.com/2016/02/13/business/energy-environment/skid-in-oil-prices-pulls-the-recycling-industry-down-with-it.html> and <http://www.wastecare.co.uk/used-plastics-market-facing-more-pressures>
- 29 See 'Realigning Our Goals' http://assets.coca-colacompany.com/f8/8a/a30682fa49ef9bef3d99d27bd33/sustainability.15_072315.pdf
- 30 Communicatie tussen Greenpeace Nederland en Coca Cola Nederland
- 31 See <http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/coca-cola-invests-big-in-india> and <http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/the-coca-cola-company-completes-transaction-with-aujan-industries> and <http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/coca-cola-announces-us-300-million-investment-for-strong-and-sustainable-growth-in-vietnam>
- 32 UNEP (2014) Valuing Plastics: The Business Case for Measuring, Managing and Disclosing Plastic Use in the Consumer Goods Industry
- 33 <http://www.coca-cola.co.uk/stories/what-is-the-circular-economy-and-why-does-it-matter-to-coca-cola>
- 34 Coca-Cola Europe (February & March 2016) Radar Screen of EU Public Policies <https://www.documentcloud.org/documents/3409808-EU-Radar-Screen-Issue-Update-2016-02-03.html>
- 35 Coca-Cola Global Government Relations Dashboard – March 2016, released by DC Leaks http://dcleaks.com/emails/cApR/eml_download/Conversations_with_the_Coca_Cola_VP_Michael_Goltzman/00000118.EML – accessed 16 February 2017
- 36 <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=003394315003-45> and <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=00475641564-03>
- 37 <http://www.fnli.nl/nieuws/7-op-10-nederlanders-vinden-einde-statiegeld-prima/>
- 38 <http://www.fnli.nl/nieuws/de-statiegelddiscussie-in-een-breder-perspectief/>
- 39 <https://www.trouw.nl/home/hoe-de-lobby-aanschuift--a4c0dca/>
- 40 <https://radar.avrotros.nl/nieuws/detail/uitkomst-statiegeldonderzoek-bepaald-door-vraagstelling/>
- 41 <https://www.cpb.nl/publicatie/de-circulaire-economie-van-kunststof-van-grondstoffen-tot-afval>
- 42 <https://www.trouw.nl/home/wegwerp-is-niet-om-weg-te-werpen-a27ee156/>
- 43 https://www.npo.nl/haagse-lobby/28-09-2016/POW_03258661
- 44 <https://www.vn.nl/zo-effectief-zijn-bedrijven-in-de-lobby-tegen-duurzaam-beleid/>
- 45 <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2015/06/18/statiegeld-op-grote-flessen-blijft-bestaan-beloning-voor-kleine-flessen-en-blikjes>
- 46 <http://www.coca-cola.co.uk/newsroom/company-statements/updated-statement-on-deposit-return-schemes-in-scotland>
- 47 Persoonlijke gesprekken tussen Greenpeace Nederland en stakeholders van het statiegeldossier
- 48 http://cedelft.nl/publicatie/kosten_en_effecten_van_statiegeld_op_kleine_flesjes_en_blikjes_1987
- 49 <http://www.distrifood.nl/branche-bedrijf/nieuws/2017/9/cbl-laakt-statiegeldonderzoek-ce-delft-10111438> & niet openbare brief van Stichting Nederland Schoon
- 50 Boomerang Alliance
- 51 http://dcleaks.com/emails/cApR/eml_download/Conversations_with_the_Coca_Cola_VP_Michael_Goltzman/00000141.EML – accessed 16 February 2017
- 52 http://dcleaks.com/emails/cApR/eml_download/Conversations_with_the_Coca_Cola_VP_Michael_Goltzman/00000118.EML – accessed 16 February 2017
- 53 <http://energydesk.greenpeace.org/2017/01/25/investigation-coca-cola-fight-back-plans-tackle-plastic-waste/>
- 54 Cited 'Estonian deposit organization' Estonia-EPP; France_Eco Emballage and Adelphi Germany were both listed as 'Deposit system'; and Lithuania's 'USAD, a deposit system established in 2016'
- 55 Marion Nestle (2015)
- 56 <http://www.oceanconservancy.org/our-work/our-partners/our-partners/international-coastal-cleanup.html>
- 57 https://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/PDFs/TCCC_2010_2011_Sustainability_Report.pdf
- 58 Greenpeace Nederland vragenlijst aan Coca-Cola Nederland
- 59 <https://www.trouw.nl/groen/natuur-en-milieu-denkt-voor-1-5-ton-mee-a2d44d15/>
- 60 Elizabeth Royte (2005) Garbage Lan: http://www.alternet.org/story/21651/litterbug_world
- 61 <http://www.coca-colacompany.com/packaging-recovery> and <http://assets.coca-colacompany.com/0a/b5/ece07f0142ce9ccc4504e28f805/2013-2014-coca-cola-sustainability-report-pdf>
- 62 <http://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/2016/Scorecard-2020SustainabilityCommitments.pdf> and <http://www.coca-colacompany.com/stories/2016-packaging-and-recycling>
- 63 <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/in-support-of-the-new-plastics-economy>
- 64 https://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/gb/en/hidden/PDFs/TCCC_2010_2011_Sustainability_Report.pdf
- 65 Greenpeace (2017) Bottling It
- 66 <http://www.refrigerantsnaturally.com/reductions-and-benefits/>
- 67 <http://www.cocacolaneland.nl/packages/faq/bedrijf-faqs/wat-is-de-omzet-van-the-coca-cola-company>



GREENPEACE

www.greenpeace.nl