

## Slim strijden tegen plasticvervuiling (CHL)

We zien het overal: plastic. Drijvend in zee en aangespoeld op stranden. Zelfs op de meest afgelegen plekken, ver weg van dorpen, steden en toeristische hotspots. De grenzeloze oceanen verspreiden touwen, netten en kratten van de visserij naar alle uithoeken van de wereld. Maar wat we vooral zien, is plastic afval van de consument. Van flessen tot teenslippers en van poppen tot aanstekers: we komen van alles tegen.



### Plastic is voor eeuwig

Soms is nauwelijks te zien wat het stuk plastic ooit was, omdat het al jaren rondzwerft en onder invloed van zout water en zonlicht in stukjes uiteenvalt. Maar plastic is niet biologisch afbreekbaar, waardoor het eeuwig blijft bestaan. De steeds kleiner wordende snippers zijn amper op te ruimen en komen onherroepelijk als microplastic in de voedselketen terecht. Tijdens onze reis verzamelen we regelmatig plastic afval of doen we mee met lokale opruimacties. Dat plastic kan in ieder geval niet meer tot microplastics afbreken.

### Dweilen met de kraan open

Maar plastic opruimen is en blijft symptoombestrijding. Het meeste plastic drijft niet, maar zinkt. Volgens onderzoekers is dit ruim 90 procent. Toch blijven we doorgaan, want elk opgeruimd stuk plastic telt. En: we moeten de oorzaken aanpakken. “Waarom stoppen we bijvoorbeeld niet met plastic verpakkingen die maar één keer worden gebruikt?”, vragen we ons af als we langs de Rio Mapocho in Santiago lopen. De oevers van deze rivier, die dwars door de hoofdstad loopt, liggen bezaaid met plastic. Eén regenbui en het afval verplaatst zich naar de Grote Oceaan, die in het langgerekte Chili nooit ver weg is. Gelukkig heeft het jonge bedrijf Algramo iets slims bedacht.

### **Armoede verlichten, vervuiling bestrijden**

In een buitenwijk van Santiago staat het magazijn van Algramo, dat ook dienstdoet als kantoor. We spreken daar af met Francisco Diaz. Hij leidt ons rond en vertelt hoe Algramo is ontstaan. “Buurtwinkels in arme wijken verkopen veel producten in kleine verpakkingen. Dat kost niet alleen veel verpakkingsmateriaal, maar ook relatief veel geld. De verkoopprijs van zo’n product bestaat soms tot wel 20% uit verpakkingskosten. Onze biologisch afbreekbare was- en schoonmaakmiddelen stoppen we daarom in herbruikbare, grotere verpakkingen. Hierop zit statiegeld, zodat klanten weer terugkomen en wij de verpakking opnieuw kunnen gebruiken. Het kostenvoordeel geven we door aan de klant.”

Even verderop in het magazijn sorteert een medewerkster lege flessen. Volle pallets staan klaar om schoongemaakt en nagevuld te worden. Francisco: “Het zou echt zonde zijn om ze na één keer al weg te gooien. De kwaliteit is zo goed, dat ze gemiddeld tientallen keren meegaan. En: aan het eind van hun levensduur kan het materiaal worden gerecycled.”

### **Lokaal succes**

We zijn heel benieuwd hoe dit in de praktijk werkt en gaan op zoek naar een van de 1.600 buurtwinkels waar Algramo in de schappen staat. Als we over straat lopen, valt de sociale ongelijkheid in Chili ons op. De hypermoderne supermarkten met een groot assortiment vind je alleen in het centrum en in rijke stadsdelen. In arme wijken zijn de huizen sjofel en bepalen kleine buurtwinkeltjes het straatbeeld. We kunnen ons goed voorstellen dat mensen hier op de kleintjes letten.

Als we in een buurtwinkel zijn en naar een fles Algramo-wasmiddel wijzen, bevestigt de dame achter de toonbank dat er statiegeld op de verpakking zit. De klanten brengen de lege fles terug naar de winkel en kopen meestal weer een volle. De winkelmedewerkster verzamelt de flessen in haar magazijn om ze met de eerstvolgende Algramo-levering mee te geven. Het werkt dus echt: elke ingeleverde fles is er weer een minder op de vuilnisbelt en de klant bespaart geld.

### **Verpakken 2.0?**

Francisco nodigt ons uit om ook hun nieuwste bedrijfsactiviteit te bekijken: een samenwerking tussen Algramo en Unilever. Daarvoor gaan we naar het recyclestation in de chique wijk Las Condes. Slim gepositioneerd, naast de ingang, staat een hippe elektrische driewieler. Algramo-medewerker Diego Garcia legt uit: “De driewieler heeft twee grote navultanks met was- en schoonmaakmiddel van de bekendste Unilever-merken. Aan de zijkant staat een automaat waarmee klanten zelf hun flessen kunnen navullen. Er zit een RFID-chip in het etiket, net als in je metrokaart. Zet er saldo op, en voilà: je verpakking is geld waard. Kies vervolgens hoeveel was- of schoonmaakmiddel je wilt en je ziet meteen wat je nieuwe saldo wordt.”

Ook hier zijn klanten goedkoper uit dan wanneer ze een nieuwe fles in de supermarkt kopen. Het concept is nieuw, maar in de korte tijd dat wij er zijn, melden veel nieuwsgierigen zich enthousiast aan. “We rijden door de week ook in de wijk rond, zodat u nog makkelijker uw flessen kunt bijvullen”, legt Diego uit om nog meer nieuwe klanten te overtuigen. Met deze innovatieve verpakking omzeilen Algramo en Unilever

de supermarkten én stimuleren ze herhaalaankopen. Zijn we hier getuige van de revolutionaire rol die RFID-chips gaan spelen, waarbij hergebruik van verpakkingen centraal staat?

### **Winst voor natuur én klant**

Statiegeldsystemen zijn zinvol én haalbaar; dat heeft de frisdrank- en bierindustrie al bewezen. Het bijzondere aan Algramo is dat ze verpakkingen hergebruiken in de was- en schoonmaakmiddelensector. En dat terwijl de Chileense overheid statiegeld niet verplicht. Algramo heeft zélf een bedrijfsmodel gecreëerd waarbij de waarde van de verpakking centraal staat. Het scheelt plastic afval, dat niet langer via de vuilnisbelt in de natuur terecht kan komen. En als klant heb je altijd economisch voordeel, of je nou bij de buurtwinkel of de navuldriewieler staat. Dit zorgt weer voor loyaliteit. Oftewel: herhaalaankopen.

### **Wie volgt?**

Algramo speelt slim in op sociale ongelijkheid en plasticvervuiling. Welk bedrijf is de volgende die niet wacht totdat de wetgever statiegeld verplicht maakt? En welke klanten maken dit soort initiatieven tot een succes? Er is geen tijd te verliezen in de complexe strijd tegen plasticvervuiling. Dat zien we elke dag van onze reis opnieuw.