

## De Keuken - Coca-Cola CASE - woensdag 14 september 2011

Afgelopen woensdag kwam Robert Seegers ons meer vertellen over het thema duurzaamheid en de PlantBottle die Coca-Cola heeft ontwikkeld. Robert Seegers gaf aan dat het van groot belang is om bewust bezig te zijn met duurzaamheid om als organisatie staande te blijven binnen het huidige FMCG klimaat. Afdelingen worden niet alleen op kosten gestuurd, maar nu ook op CO2 uitstoot. Dit is dan ook de reden dat Coca-Cola op dit moment druk bezig is met verdere ontwikkelingen in de duurzaamheid. Zo heeft Coca-Cola al haar OOH-koelingen van deuren voorzien en koelingen worden slimmer gemaakt door middel van een timer. In de fabrieken wordt weer gebruik gemaakt van daglicht, door het plaatsen van lichtkoepels in de hallen en ook energiezuinige LED-verlichting is de standaard geworden. Daarnaast wordt het personeel van Coca-Cola geconfronteerd met het thema duurzaamheid; alle medewerkers met een leaseauto hebben een autocursus 'zuinig rijden' gevolgd en vanaf volgend jaar worden alle leaseauto's elektrisch.

Eén van de grootste projecten van Coca-Cola op dit moment is de PlantBottle. Deze fles bestaat voor 22,5% uit plantaardige materialen en is voor 100% recyclebaar. Om de consument nog meer bewust te maken van de besparing aan CO2-uitstoot als gevolg van gebruik van de PlantBottle, kan via de website inzicht worden gegeven in wat je bespaart onder het motto "small act, big impact". Robert Seegers benadrukt dat het de verantwoordelijkheid is van de fabrikant om de consument mee te trekken in het duurzaam handelen. Fabrikanten uit de FMCG-branche kunnen dit als geen ander.

Na deze inspirerende presentatie kreeg iedereen de kans om hun mening over dit onderwerp te bespreken, aan de hand van een case. Zo werd besproken of duurzaamheid van een organisatie een belangrijke rol speelt tijdens het solliciteren. Uit de discussie bleek dat dit nog niet hoog op de prioriteitenlijst staat bij het zoeken van een baan. Daarnaast werd besproken of de verantwoordelijkheid voor de ontwikkeling in duurzaamheid bij de overheid, de bedrijven of de consumenten ligt. Iedereen was het eens dat in eerste instantie de verantwoordelijkheid bij bedrijven ligt en dat de overheid draagvlak moet creëren, bijvoorbeeld door middel van beloningen en/of straffen rondom duurzaamheid. De consument is hier logischerwijs de 'volger'.

Concluderend kijken wij terug op een geslaagde Keukenavond, met veel inzichten en hopelijk ook een aantal goede ideeën om bespreekbaar te maken in jullie eigen organisatie.

