

HOE DE INDUSTRIE MET HET PROBLEEM OMGAAT

‘Denken dat het zonder plastic kan, is een utopie’

De industrie zoekt naar bioplastics, recyclage en een beter opgevoede burger om de plastic afvalberg te lijf te gaan. Een verbod vindt ze ‘zelden een goed idee’. Anderen zeggen dat alleen wetten en regels iets uithalen. ‘Zonder de overheid verandert er gewoon niets.’



De plasticindustrie zit in het defensief, nu de vervuiling van de oceanen steeds duidelijker wordt.
© Getty Images/Stockphoto



VAN ONZE CORRESPONDENT
‘PLASTIC’
TOM YSEBAERT
BRUSSEL

Plastic ligt onder vuur. Burgers en overheden komen in het geweer tegen de vervuiling van de oceanen. De kunststoffenindustrie – goed voor een omzet van 350 miljard euro in Europa – zit in het defensief. Veel grote bedrijven, die vaak ook in ons land actief zijn, pakken uit met innovaties.

Covestro (het vroegere Bayer Material Science) ontwikkelde een procedé om in de productie van polyurethaan aardolie als grondstof te vervangen door CO₂, dat in een nabuigse fabriek wordt verzameld. Het Vlaamse bedrijf Recticel kondigde aan dat in zijn matrassen te willen verwerken. Covestro vond ook een manier om aniline, een basisstof voor de aanmaak van kunststoffen, uit planten te halen. BASF gaat samen met het Nederlandse Avantium een basisbestanddeel produceren voor PEF, een biovariant van PET, op basis van suikers. Total brengt polyethyleen met tot 50 procent gerecycled materiaal op de markt.

‘Voor plasticverpakkingen ging de industrie een vrijwillig engagement aan om ze tegen 2040 in Europa volledig te recycleren of te verbranden met energierecuperatie’, zegt Eric Quenet, directeur Westelijke Regio van PlasticsEurope, de koepelorganisatie van de plasticindustrie. Vandaag gaat

er nog een kwart naar het stort. Aangezien recyclage aan belang wint, beginnen plasticproducenten recyclagebedrijven over te nemen. Zo kocht Borealis het Duitse MTM op.

Vermogensbeheerder Nordea noemt recyclage ‘een megatrend’. Het verwijst naar vijf internationale bedrijven die tegen 2020 360.000 ton plastic afval gaan uitwerpen dankzij recyclage. Daaronder grote producenten van huishoudproducten als Kimberly-Clark (125.000 ton) en P&G (110.000 ton).

Achteloos weggooien

Bij al die innovaties rijst de vraag of ze iets wezenlijks veranderen aan de kern van het probleem: als ze in het milieu belanden, zaden niet-afbreekbare plastics ons langdurig met vervuiling op. ‘Het afvalprobleem kun je op drie manieren aanpakken: met beter product design, een betere afvalophaling en een beter opgevoede consument die plastic niet meer achteloos weggooit’, denkt Quenet.

De industrie zegt aan dat laatste haar bijdrage te leveren door opruimacties en sensibilisering mee te financieren. Zo heeft ze het project ‘Operation clean sweep’ opgezet om het verlies van kleine plasticdeeltjes bij productie en transport tegen te gaan. Antwerpen was de eerste Europese haven die het onderschreef.

Houden de fabrikanten ook rekening met een vermindering van

‘Wij kunnen ons erin vinden dat Europa het afval in zee bestrijdt door wegwerpplastic aan te pakken. Zolang dat gebeurt op basis van kennis in plaats van emoties’

ERIC QUENET
Directeur Westelijke Regio,
PlasticsEurope

de productie onder invloed van een mindere vraag bij de consument en door verbodsbepalingen van de overheid? Quenet: ‘Als een product met minder kunststof gemaakt kan worden, staan wij daarachter. Zolang het maar om eco-design gaat. Maar in het algemeen zien we de vraag en de productie de komende jaren nog stijgen. Plastic en kunststoffen in het algemeen zijn nuttige materialen. Het is ondenkbaar dat ze niet meer gebruikt zouden worden. Dat vinden wij te weinig terug in het debat.’

Luxeveles

Dat zegt ook Philippe Weiler, duurzaamheidsmanager van supermarktketen Lidl. ‘Het is een utopie te denken dat we het nog zonder plastic kunnen. In de bouw, in de medische wereld, maar ook in de voeding is het onvervangbaar.’

Bij een supermarkt als Lidl liggen de in plastic verpakte producten in de rekken. Ook zo’n winkel draagt dus een verantwoordelijkheid. Dat ontkennt Weiler niet. De innovatie moet van de producenten komen, maar wij kunnen keuzes maken. Zo heeft Lidl beslist om tegen 2025 zijn plasticgebruik met een vijfde terug te schrijven. ‘We proberen bovendien plastics te kiezen die recycleerbaar zijn. Nog beter is om met ‘ontmantelbare’ verpakkingen te werken, waarvan de delen hergebruikt kunnen worden.’

Een concreet voorbeeld: de

zwarte plastic schaaltes waarin luxeveles aangeboden wordt, zullen eruit moeten. ‘Ze zijn vandaag niet te recyclen. Het vlees verkoopt beter in zo’n zwarte verpakking, maar duurzaamheid krijgt hier voorrang op marketing.’

Dat er druk is vanuit de consument, wil Weiler relativeren. ‘Als je de klant de keuze laat tussen een duurzaam maar duurder product en een dat goedkoper maar gangbaar is, dan neemt hij dat laatste. Vandaar dat wij beslist hebben alleen nog de duurzame variant aan te bieden. De meerkosten leggen we voorlopig uit eigen zak bij, maar dat kunnen we niet volhouden. We hopen dat dit binnen enkele jaren standaard zal worden in alle supermarkten.’

Ontkenningsfase

De milieubeweging is niet onder de indruk van de inspanningen van de industrie. ‘De bedrijven bevinden zich in de ontkenningsfase’, meent Rob Buurman, bezieler van Recycling Network, de ngo achter de Stategiealliantie. ‘Met de kreet “wij vervuilen niet, het is de consument” komen ze niet meer weg. Ze zijn naïef als ze denken dat ze alle burgers overal ter wereld kunnen opvoeden. Het enige wat ze kunnen doen, is maken dat de afvalberg en de plastic soup kleiner worden.’

En daarvoor zal de overheid nodig zijn, denkt professor Wim Soetaert (UGent), biotechnoloog aan de UGent en directeur van de Bio Base Europe Pilot Plant. ‘Zonder regels en wetten van de overheid

verandert er gewoon niets.’

‘De industrie houdt in het algemeen verandering tegen want dat is lastig en kost haar geld. Ze weet dat wat ze doet niet duurzaam is, maar toch gaat iedereen gewoon door. De industrie lijdt aan het locked-insyndroom.’

Soetaert verwijst naar het verbod op gratis plastic zakjes aan de kassa in de supermarkt en naar de Europese Commissie die besliste

om wegwerpplastic zoals rietjes en bestek een halt toe te roepen: allebei overheidsmaatregelen.

‘In de discussie over statiegeld zie je dat de industrie alles bij het oude wil laten. Dus sturen ze aan op uitstel. Ze financieren sensibilisering en schoonmaakcampagnes. Dat zijn lovenswaardige initiatieven, maar de achterliggende bedoeling is een verbod op statiegeld afwenden. Zulke campagnes spon-

soren kost veel minder dan fundamenteel je industrietakt te veranderen.’

Sterke petrochemie

Bioplastics bieden volgens Soetaert mogelijk een deel van de oplossing. ‘Ideaal komen er bij plastics voor eenmalig gebruik alleen nog biologisch afbreekbare, op biomassa gebaseerde plastics op de markt. Die gooi je als milieube-

wuste consument nog altijd het best in de vuilnisbak. Maar komen ze toch in het milieu terecht, dan zijn ze binnen enkele weken vergaan.’

‘Hier – alweer – heb je een overheid nodig die dat verplicht. In Frankrijk is dat het geval, in België, met zijn traditioneel sterke petrochemie, gebeurt dat niet. Als we te lang wachten met de omschakeling zullen onze bedrijven niet

kosten per stuk hooguit 4 eurocent. Voor een klassiek rietje is dat tussen de 1 en 10 eurocent. Duurder zijn ze eigenlijk niet. B4Plastics heeft ook een draad uit alternatief plastic ontwikkeld voor bosmaaiers. ‘Zo’n draad valt tijdens het maaien langzaam uit elkaar in miljoenen stukjes. Stukjes die je zo in de tuin of de natuur achter kunt laten. 70 procent daarvan is in onze recentste versie binnen de drie jaar verdwenen. Echt weg, omgezet in biogas en biomassa, niet herleid tot microplastics.’ Verkopen die producten goed? ‘Bioplanet heeft de rietjes in de rekken liggen. Voor de rest is er nog veel te formuleren. We horen de gekste uitvluchten. Een winkel wilde de rietjes niet aanbieden, omdat het er niet aan te zien was dat ze afbreekbaar zijn. We hebben dus nog een weg te gaan.’ De Wildeman beseft dat hij voorlopig een kleine speler in de marge is. ‘Maar er komt een moment dat ons soort materialen verplicht zullen zijn. Dan hebben wij een voor-sprong.’ (ty)

WOMEN ARE HEROES

Strijd mee tegen borstkanker.
Koop het lintje en speld het op.



Te koop bij:
Mayerline, Carrefour, Multipharma, iU, Gamma, Di,
Planet Parfum, JBC, AVA, Standaard Boekhandel,
Hunkemöller, Spar, Hans Anders en Natan.