

ARTIKEL Innovatie Verpakkingen

NRC 27/8/10

Van bierblikje tot bioschuim

Innovatie op verpakingsgebied.

AUTEUR: LAURA SCHWEIG

Bier in een blikje was in 1958 een revolutionaire uitvinding, net als de wikkel om biscuitjes. In 1974 deed het plastic bierkrat zijn intrede en in 1980 de zeshoekige kaasdoos. Uitvindingen die vooral handig waren en het product beter beschermden. Tegenwoordig zitten verpakingsinnovaties steeds vaker in duurzaamheid.

Even voorstellen: BioFoam. Een uitvinding van Synbra Technology in samenwerking met de Wageningen Universiteit & Research. Het 'groene piepschuim', gemaakt van melkzuurpolymereen op basis van rietsuiker of cassavezetmeel, won in mei dit jaar de MKB Innovatieprijs. Synbra's zusterbedrijf Synprodo stuurde kisten van BioFoam in voor De Gouden Noot, de prijs voor de meest innovatieve verpakking van de afgelopen twee jaar van het Nederlands Verpakkingencentrum, en staat ook daar nu tussen de tien finalisten. De uitvinding blijkt heel wat te hebben losgemaakt.

"BioFoam heeft dezelfde eigenschappen als gewoon piepschuim, maar het is volledig biologisch afbreekbaar waardoor de CO₂-uitstoot met 70 procent wordt verminderd", vertelt Jan Noordegraaf, directeur van Synbra Technology. Het bedrijf is het eerste bedrijf ter wereld dat piepschuim maakt van melkzuurpolymeren. Synbra Technology kreeg hiervoor een cradle-to-cradle certificaat. Maar weinig bedrijven krijgen een dergelijke onderscheiding.

Milieuwinst

Duurzaamheid is een belangrijk thema wanneer het gaat om innovatie in de verpakkingindustrie. Met als drijfveer onder andere de verpakkingstax, waarbij bedrijven belasting

betalen voor hun milieubelastende verpakkingen, richten onderzoekers en ontwikkelaars zich steeds meer op materialen: gerecycled of recyclebaar, lichter in gewicht of simpelweg minder materiaal. De Paint-in-the-box bijvoorbeeld: verf verpakt in een doos met binnenzak. Een uitvinding van het Nederlandse bedrijf Global Paint. Volgens een berekening van Global Paint zelf is de jaarlijkse milieuwinst bij anderhalf miljoen emmers van tien liter: 315.000 kilo kunststof, 64.500 kilo metaal en 519 vrachtwagens.

Daarnaast zijn er de afgelopen tien jaar grote sprongen gemaakt in het gebruiksgemak van verpakkingen. De hersluitbare verpakking heeft veel terrein gewonnen. Ook zijn veel verpakkingen gemakkelijker te openen dan vroeger. Tetra Pak ontwikkelde een dop die zelfs voor reumapatiënten met stramme handen gemakkelijk open te draaien is. Histor kwam met de Paintcan. Waar men voor het openen van verblikken al

sinds mensenheugenis een schroevendraaier nodig heeft (met bijbehorend risico om uit te schieten en op de EHBO te belanden), is deze plastic verfbus gewoon met de hand te openen en te sluiten.

En dan is er nog het proces van het verpakken zelf. In de farmaceutische industrie bijvoorbeeld is het toevoegen van de bijsluiter een extra handeling, waarvoor een 'bijsluiter-inschiet' nodig is. De firma Chesapeake bedacht de Easipack, waarbij de bijsluiter onderdeel is van de verpakking. Alleen de producten moeten er nog in.

Stimuleren

Toch krijgt de Gouden Noot bijna elke editie minder inzendingen. In 2000 nog 83, dit jaar nog maar 36. Is alles nu wel zo'n beetje bedacht of staat innovatie niet meer zo op de agenda? Jan Noordegraaf vindt het laatste. Volgens hem wordt er in Nederland veel geroepen dat we een kenniseconomie hebben. Maar er wordt nog veel te weinig gebruik gemaakt van de regelingen die innovatie stimuleren, beweert hij, Nederland heeft de infrastructuur om voorop te kunnen lopen.

Aan het aantal organisaties dat tot doel heeft innovatie te bevorderen zal het niet liggen. Syntens (voor het MKB), het recentelijk opgeheven Innovatieplatform, diens opvolger Bits & Chips en een club als Agentschap NL (voorheen SenterNovem) richten zich vooral op netwerken en de juiste partijen bij elkaar brengen: innoveren doe je meestal niet alleen.

Vaak heeft een voedselproducent bepaalde wensen en eisen, en heeft een verpakkingbedrijf de oplossing al deels in handen. Ze moeten elkaar alleen nog zien te vinden om er een succesvolle innovatie van te maken. Soms is ook een samenwerking met een uni-



versiteit een uitkomst. Universiteiten hebben immers de mogelijkheden om diepgaand onderzoek te doen en een product uit te ontwikkelen.

Noordegraaf klopte met zijn idee voor BioFoam aan bij de Wageningen Universiteit & Research en boorde een goudmijn aan. Sinds de introductie van BioFoam stromen de aanvragen binnen. Het bedrijf heeft al prototypes geleverd voor het verpakken van elektrische apparatuur en pc's. De tuinbouwsector is geïnteresseerd voor het verpakken van kweekplanten.