

## PERSBERICHT Opinionators

### Return to Sender: oranje prullaria terug naar de supermarkten.



**Amsterdam/ Eindhoven 1 juli 2010** – *WK prullaria: ze zijn niet duurzaam maar ze waren leuk en gratis. Miljoenen oranje goodies zijn in de afgelopen periode over de kassa gegaan. Wat moeten we ermee als Nederland het WK-veld verlaten heeft? Opinionators, bureau voor Social Marketing, bedacht 'Return-to-Sender' en roept Nederland op om de oranje goodies terug te brengen naar de supermarkt.*

Na het succes van de AH Welpies in 2008 is Nederland overspoeld door oranje merchandising van 14 supermarkten met elk een eigen actie. 31 miljoen *Beesies* vonden via de kassa hun weg naar het publiek, net als vele honderdduizenden *Gogos*, *Juichbandjes*, *Handjes*, *Stackys*, *Sparckys* en andere gadgets. Gratis. Oranje. En moeilijk te weerstaan.

De actie '**Return-to-Sender**' is gericht op iedereen die een verantwoorde uitweg zoekt voor de goodies die ze niet wilden of konden weigeren. Onder het motto '*Waste with Taste*' wordt een beroep gedaan op de eigen verantwoordelijkheid, maar worden indirect ook de supermarkten aangesproken op de mogelijkheid om hun duurzaamheidsstreven ook in het merchandisingbeleid door te voeren.

De oproep om de oranje prullaria terug te brengen naar de verstrekkers wordt met een actiepagina ondersteund met voorbeelden van begeleidende briefjes, flyers en te downloaden posters die aansluiten op de verschillende drijfveren om mee te doen aan deze actie. Bovendien worden verschillende ideeën voor grotere acties aangereikt, van inzamelwedstrijden tot supermarktstriptease en oranje flashmob.

**Hanneke de Bruin** en **Emilie van Rappard**, partners in *Opinionators*: '*De oranje goodies zijn klantenlokkertjes die in directe relatie staan tot omzet. Albert Heijn heeft dat in het verleden aangetoond. De vraag is echter of de effectiviteit van dergelijke acties afneemt nu zoveel partijen deze vorm van promotie kopiëren. Voor je het weet houden de supermarkten elkaar in een wurggreep waar we nooit meer uitkomen en waarin uiteindelijk iedereen verliest. Door toename van het aantal acties is het directe effect op de omzet minder groot, terwijl er wel vrees is voor verlies aan marktaandeel als men zich zou onttrekken aan deze vorm van merchandising – en dus zet men door, ondanks de schade aan milieu en (duurzaamheids)imago.'*

*Opinionators* faciliteert de actie die uiteindelijk op lokaal niveau, met de lokale supermarkt, tot uiting komt. **Return-to-Sender** wil mensen helpen verschil te maken en vraagt iedereen te doen waar hij of zij goed in is. Brieven schrijven, twitteren, fanclubs op Facebook of schoolpleinacties: er zijn vele manieren om deze actie kracht bij te zetten.

Meer informatie: [www.meerwillenweten.nl/nl/actie](http://www.meerwillenweten.nl/nl/actie)  
Emilie van Rappard – [evr@opinionators.nl](mailto:evr@opinionators.nl) - 06 457 52 819  
Hanneke de Bruin – [hdb@opinionators.nl](mailto:hdb@opinionators.nl) - 06 818 46 719