

POLSKI
PAKT
PLASTIKOWY

RAPORT OTWARCIA

SPIS TREŚCI

Słowo wstępne »4

Polski Pakt Plastikowy –
nowy wymiar innowacji
i partnerstwa »5

Nasza wizja i cele »6

Członkowie Paktu
Plastikowego »7

Kluczowe liczby »9

CEL 1: Identyfikacja i eliminacja wskazanych opakowań nadmiernych i problematycznych z tworzyw sztucznych poprzez przeprojektowanie, innowacje i alternatywne modele dostawy. »12

CEL 2: Dążenie do zmniejszenia o 30% użycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzanych na rynek. »18

CEL 3: 100% opakowań z tworzyw sztucznych na polskim rynku nadaje się do ponownego wykorzystania lub recyklingu. »21

Cel 4: Dążenie do zwiększenia udziału surowców wtórnych w opakowaniach z tworzyw sztucznych do poziomu 25%. »28

Cel 5: Efektywne wsparcie systemu zbiórki i recyklingu opakowań, aby osiągnąć poziom recyklingu w wysokości co najmniej 55% na polskim rynku. »34

Cel 6: Podniesienie jakości i efektywności edukacji konsumentów w zakresie segregacji, recyklingu, ponownego wykorzystania i ograniczenia zużycia opakowań. »40

Kierunek dalszych
działań »44

Aneks »47



O RAPORCIE

We wrześniu 2020 roku po raz pierwszy w historii, firmy reprezentujące różne elementy łańcucha wartości opakowań zadeklarowały wspólne osiągnięcie sześciu celów strategicznych, przyczyniających się do zamknięcia obiegu opakowań z tworzyw sztucznych w Polsce, w ramach **Polskiego Paktu Plastikowego**.

Zapraszamy do lektury pierwszego raportu rocznego Polskiego Paktu Plastikowego. *Raport Otwarcia* ma na celu określenie stanu początkowego Paktu wobec ustalonych celów oraz przedstawienie najlepszych praktyk członków w tym zakresie. W raporcie odnajdą Państwo kluczowe dane dotyczące wykorzystania surowców pierwotnych i wtórnych w opakowaniach, innowacyjną metodykę określania recyklowalności opakowań, analizę rynku gospodarki odpadami oraz wiele innych, inspirujących treści wzbogaconych wypowiedziami ekspertów.

Dane przedstawione w raporcie będą punktem odniesienia w określaniu postępu w realizacji celów w kolejnych latach działalności Paktu. Publikacja przygotowana została w oparciu o indywidualne raporty firm członkowskich, opracowane jednolitą metodyką Fundacji Ellen MacArthur, a także podsumowanie dotychczasowych prac Grup Roboczych i innych działań podejmowanych przez Pakt w trakcie pierwszego roku funkcjonowania na polskim rynku. Raport weryfikujący postępy w realizacji celów publikowany będzie każdego roku.

Jak zamknąć obieg opakowań z tworzyw sztucznych?
Zapraszamy do lektury!



SŁOWO WSTĘPNE

Mija nieco ponad rok od inauguracji Polskiego Paktu Plastikowego będącego częścią globalnej sieci pod egidą Fundacji Ellen MacArthur. Wszystkie te inicjatywy łączy ambitna wizja tworzyw sztucznych w obiegu zamkniętym. Dla realizacji tej wizji w Polsce postawiliśmy przed sobą 6 ambitnych celów strategicznych, do których wspólnie dążymy do 2025 roku.

Pierwszy rok aktywności wykorzystaliśmy na zbudowanie dobrego fundamentu do dalszych działań. Uzgodniliśmy wspólny język i definicje, jakimi będziemy się posługiwać, rozpoczęliśmy proces analizy rynku identyfikując luki w dostępnych danych, zbudowaliśmy system raportowania. Zorganizowaliśmy także pierwsze Grupy Robocze, będące poprzez zaangażowanie firm członkowskich sercem działań Paktu i powołaliśmy Komitet Sterujący naszej inicjatyw, wspierający zespół Sekretariatu w zarządzaniu strategicznym.

Zidentyfikowaliśmy również wiele barier, a za jedną z kluczowych uznajemy brak systemowych danych i spójnego systemu nazywania kluczowych dla naszej wizji pojęć na polskim rynku. Dostępne liczby często są niepełne, a nawet sprzeczne, dlatego nasz spójny system raportowania, którego pierwsze wyniki pokazujemy w niniejszym raporcie, ma i tutaj dołożyć swoją cegiełkę. Tylko wiarygodne i przejrzyste dane identyfikujące luki i największe wyzwania pozwolą podjąć właściwe działania i efektywnie zrealizować wspólne cele Paktu.

Rosnące grono członków Paktu i liczne zapytania instytucji chętnych do włączenia się w prace naszej inicjatywy pokazują jak bardzo po-



trzebny jest ten projekt na polskim rynku. Niezmiennie nas to cieszy, bo jesteśmy dopiero na początku procesu. Przed nami największe wyzwanie w nadchodzącym roku: opracowanie Mapy Drogowej czyli strategicznego planu realizacji celów Paktu. To będzie kluczowy dokument wskazujący inicjatywy i kroki milowe w osiągnięciu celów na polskim rynku.

Zachęcamy wszystkie środowiska do współpracy – tylko w szerokim partnerstwie możemy zmierzyć się z wyzwaniem zamykania obiegu opakowań z tworzyw sztucznych! Mamy nadzieję, że lektura i wnioski z pierwszego raportu będą dla nas wszystkich dobrą inspiracją do dalszych ambitnych działań!

Sekretariat Polskiego Paktu Plastikowego

POLSKI PAKT PLASTIKOWY — NOWY WYMIAR INNOWACJI I PARTNERSTWA

DZIAŁANIE W NOWYM FORMACIE

Szacuje się, że jedynie 9% wyprodukowanych dotychczas na świecie wyrobów z tworzyw sztucznych zostało poddanych recyklingowi, 12% procesom spalania, a aż 79% zostało składowanych lub przedostało się do środowiska.¹ **Istniejący system zagospodarowania odpadów z tworzyw sztucznych nie działa, prowadząc do ogromnych strat zasobów i postępującego zniszczenia środowiska naturalnego.** Rosnąca ilość produkowanych odpadów, opakowania nienadające się do recyklingu masowo wprowadzane na rynek, niski poziom selektywnej zbiórki i recyklingu odpadów opakowaniowych, potrzeba zwiększania mocy przerobowych zakładów recyklingu tworzyw sztucznych-

to tylko kilka z wielu wyzwań stojących dziś na drodze do zamknięcia obiegu dla opakowań z tworzyw sztucznych w Polsce.

Potrzebujemy natychmiastowych i głębokich zmian w całym łańcuchu wartości opakowań – od ich produkcji i sposobu wykorzystania po zagospodarowanie powstałych odpadów. Chcąc zamknąć obieg opakowań z tworzyw sztucznych konieczne jest całościowe, strategiczne spojrzenie i współpraca wszystkich aktorów łańcucha, a także poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań.

Polski Pakt Plastikowy wychodzi naprzeciw tej potrzebie. **To unikalne wielostronne partnerstwo mające celu wdrożenie systemowych zmian w kierunku**

obiegu zamkniętego opakowań z tworzyw sztucznych.

Inicjatywa zawiązana została 10 września 2020 roku, zrzeszając wówczas 12 firm. Dziś, rok po ogłoszeniu, Pakt jednoczy 22 członków, aktywnie zaangażowanych w poszukiwanie rozwiązań problemu związanego z liniowym wykorzystaniem opakowań z tworzyw sztucznych.

FUNDACJA ELLEN MACARTHUR I PLASTICS PACT NETWORK

Polski Pakt Plastikowy jest częścią globalnej sieci Paktów Plastikowych koordynowanej przez Fundację Ellen MacArthur i jest pierwszą inicjatywą tego rodzaju w Europie Środkowo-Wschodniej. Obecnie wraz z nim sieć tę tworzą Pakty krajowe: w Chile, Francji, Holandii, Portugalii, RPA,

Wielkiej Brytanii, USA oraz Kanadzie, a także dwa Pakty regionalne: Europejski Pakt Plastikowy i Pakt regionu Australia, Nowa Zelandia i Oceania.

Fundacja Ellen MacArthur została założona w 2009 roku przez brytyjską żeglarke, która w roku 2005 samotnie opłynęła kulę ziemską. Celem fundacji jest promocja i wdrażanie gospodarki o obiegu zamkniętym poprzez publikacje światowej klasy raportów, analiz i ekspertyz, popularyzację dobrych praktyk, lobbying na rzecz zamykania obiegu oraz prowadzenie działalności informacyjnej i edukacyjnej wśród biznesu, organizacji pozarządowych i sektora szkolnictwa wyższego.

¹ Program Środowiskowy Organizacji Narodów Zjednoczonych (UNEP)

NASZA WIZJA I CELE

Ambicją Polskiego Paktu Plastikowego jest wielosektorowa zmiana obecnego modelu wykorzystywania tworzyw sztucznych w opakowaniach w Polsce w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego. Cele Paktu skupione są na trzech najważniejszych kierunkach działania:

- **ograniczaniu użycia tworzyw sztucznych,**
- **innowacji,**
- **zamykaniu obiegu.**

Polski Pakt Plastikowy posiada 6 celów strategicznych, opracowanych zgodnie z hierarchią postępowania z odpadami i założeniami gospodarki o obiegu zamkniętym, do realizacji których członkowie Paktu zobowiązani są do końca 2025 roku.

WIZJA GOSPODAROWANIA PLASTIKIEM



Ograniczamy
użycie



Tworzymy
innowacje



Zamykamy
obieg

CELE STRATEGICZNE DO 2025



1. Identyfikacja i eliminacja wskazanych opakowań nadmiernych i problematycznych z tworzyw sztucznych poprzez przeprojektowanie, innowacje i alternatywne modele dostawy



2. Dążenie do zmniejszenia o 30% użycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzanych na rynek



3. 100% opakowań z tworzyw sztucznych na polskim rynku nadaje się do ponownego wykorzystania lub recyklingu



4. Dążenie do zwiększenia udziału surowców wtórnych w opakowaniach z tworzyw sztucznych do poziomu 25%



5. Efektywne wsparcie systemu zbiórki i recyklingu opakowań, aby osiągnąć poziom recyklingu w wysokości co najmniej 55% na polskim rynku



6. Podniesienie jakości i efektywności edukacji konsumentów w zakresie segregacji, recyklingu, ponownego wykorzystania i ograniczenia zużycia opakowań

CZŁONKOWIE PAKTU PLASTIKOWEGO

Członkami Paktu Plastikowego są podmioty związane z łańcuchem wartości opakowań, m.in. producenci surowców, producenci opakowań, firmy wprowadzające produkty w opakowaniach z tworzyw sztucznych na rynek, sieci handlowe, firmy odbierające odpady, recyklerzy oraz inne firmy związane z branżą opakowań, które zobowiązują się do wykonywania zadań zbliżających Pakt do realizacji wspólnych celów.

Członkami Wspierającymi Paktu Plastikowego mogą zostać organizacje pozarządowe, izby gospodarcze, organizacje biznesowe, uczelnie wyższe, instytuty badawcze oraz inne instytucje eksperckie chętne do aktywnego włączenia się w działania na rzecz celów Polskiego Paktu Plastikowego.

Polski Pakt Plastikowy w dniu zawięzania liczył 12 członków.

Dziś jest nas już **22***

PRODUCENCI OPAKOWAŃ

- Alpla Polska
- Aniflex
- Avery Dennison Polska
- Enverde
- Glopac
- Jockey
- Korporacja KGL
- Schoeller Allibert

PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH

- Grupa Spółek Danone w Polsce
- Nestlé
- Unilever Polska
- Polska Woda

HANDEL DETALICZNY, SIECI HANDLOWE

- LPP
- Auchan Retail Polska
- Carrefour
- Jeronimo Martins Polska (Biedronka)
- Kaufland Polska Markety
- Lidl Polska
- Żabka Polska

GOSPODARKA ODPADAMI

- Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań
- Sinoma

EKSPERTYZA W ZAKRESIE RYNKU OPAKOWAŃ

- Santander Bank Polska

CZŁONKOWIE WSPIERAJĄCY PAKTU PLASTIKOWEGO

- Koalicja 5 Frakcji
- WWF Polska
- Global Compact Network Poland
- Krajowa Izba Gospodarcza Przemysł Rozlewniczy
- Krajowa Unia Producentów Soków
- Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców
- Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji
- Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego
- Polski Związek Przetwórców Tworzyw Sztucznych
- Stowarzyszenie Czysta Polska
- Stowarzyszenie Natureef
- Stowarzyszenie Polski Ruch Czystszej Produkcji
- Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego
- Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK

* stan na 1 września 2021

JAK WSPÓŁPRACUJEMY?

Polski Pakt Plastikowy działa w 3 obszarach



Zmiana wewnątrz organizacji

wymiana wiedzy i doświadczeń pomiędzy członkami, przyczyniająca się do wdrażania najlepszych rozwiązań w firmach członkowskich.



Wspólne działania

zaangażowanie w projekty grupowe i grupy robocze, wykorzystując efekt synergii.



Zmiana na rynku

dzielenie się wiedzą, raportami i najlepszymi praktykami z rynkiem, przyczyniając się do realnej zmiany w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym.

EWA CHODKIEWICZ

Kierowniczka Zespołu Zrównoważonego Rozwoju
Fundacja WWF Polska



” POLSKI PAKT PLASTIKOWY – W ODPOWIEDZI NA WYZWANIE

Co roku na świecie produkowanych jest 368 milionów pierwotnych tworzyw sztucznych, a przewiduje się, że do 2050 roku, ich produkcja może zwiększyć się nawet trzykrotnie. Bez podjęcia znaczących, systemowych działań w celu rozwiązania problemu zanieczyszczenia plastikiem, 50 kg plastiku dostanie się do oceanu na każdy metr linii brzegowej. Przez niezrównoważone zachowanie człowieka wobec surowca, który rozkłada się setki lat plastik jest w dzisiejszych czasach wszechobecny w środowisku zarówno lądowym jak i morskim.

Odpady, zanieczyszczając środowisko naturalne, stanowią zagrożenie dla ekosystemów, morskich i lądowych. Dla ponad 270 różnych gatunków zwierząt, w tym ssaków, gadów, ptaków i ryb odnotowano przypadki zaplątania w plastikowe odpady. Każdego roku 100 000 zwierząt morskich traci życie przez odpady plastikowe. Aby zakończyć globalny problem zanieczyszczenia plastikiem, potrzebujemy więc natychmiastowego globalnego rozwiązania.

Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Ocean Conservancy & McKinsey Center for Business and Environment, ograniczenie zanieczyszczenia plastikiem o niemal połowę, choć ambitne, jest wykonalne. Jednakże, bez podjęcia natychmiastowych działań oraz bez systemowej zmiany obecnego modelu gospodarczego na cyrkularny, nie będzie to możliwe. Jak pokazują wyniki raportu Pew Charitable Trust, jeśli obecne zobowiązania zarówno rządu, jak i biznesu, zostaną spełnione, wyciek tworzy sztucznych do oceanu uda się ograniczyć o jedynie 7% do roku 2040.

Istotną rolę w procesie transformacji gospodarki w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego ma do odegrania biznes. Poprzez aktywne angażowanie się w inicjatywy branżowe i międzysektorowe firmy mają unikalną okazję poprawy gospodarki odpadami opakowaniowymi w Polsce. Kluczową rolę odgrywa tutaj realizacja celów uwzględnionych w mapie drogowej Paktu, ale również wymiana doświadczeń oraz dobrych przykładów i wzajemne motywowanie się do ambitnej zmiany.

KLUCZOWE LICZBY

CZŁONKOWIE PAKTU
PLASTIKOWEGO*
W 2020 ROKU
WPROWADZILI DO OBROTU
W PRZYBLIŻENIU **235,7**
TYSIĘCY TON OPAKOWAŃ
Z TWORZYW SZTUCZNYCH.

JESTEŚMY WIĘC
ODPOWIEDZIALNI
ZA OKOŁO **21%** OPAKOWAŃ
WPROWADZANYCH
NA RYNEK W POLSCE.²

* sieci handlowe i producenci produktów
w opakowaniach



CEL

1. Identyfikacja
i eliminacja wskazanych
opakowań nadmiernych
i problematycznych
z tworzyw sztucznych
poprzez przeprojektowa-
nie, innowacje i alterna-
tywne modele dostawy

W raporcie **Opakowania nadmierne i problematyczne**, Polski Pakt Plastikowy zidentyfikował 6 typów opakowań nadmiernych i 11 rodzajów opakowań problematycznych, nad których redukcją pracować będą członkowie Polskiego Paktu Plastikowego. Niezależnie od działalności Paktu, spośród raportujących organizacji wprowadzających opakowania do obrotu** **89%** podjęło już działania mające na celu identyfikację opakowań problematycznych, a **67%** identyfikację opakowań nadmiernych w swoim portfolio!

** producenci produktów w opakowaniach i sieci handlowe



CEL

2. Dążenie do
zmniejszenia o 30%
użycia pierwotnych
tworzyw sztucznych
w opakowaniach
wprowadzanych
na rynek

Wśród sieci handlowych i producentów produktów w opakowaniach zrzeszonych w Pakcie Plastikowym odnotowano **10,86%** spadek zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych z surowców kopalnych względem roku 2018! Wynik jest jednak w dużej mierze spowodowany ogólnym spadkiem masy wprowadzanych przez firmy opakowań.

² Przyjmując, całkowitą masę opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzanych do obrotu na poziomie 1 137 209 ton, wg danych ze sprawozdań organizacji odzysku za 2020 rok, Rekopol Organizacja Odzysku Opkowań



CEL

3. 100% opakowań z tworzyw sztucznych na polskim rynku nadaje się do ponownego wykorzystania lub recyklingu

W 2021 Polski Pakt Plastikowy opracował **Lokalną Ocenę Poziomów Recyklingu**. Analiza wykazała, że **jedyną z siedemnastu** analizowanych grup opakowań, dla której istnieją dowody, że osiągany jest minimum **30%** poziom recyklingu w Polsce są butelki PET. W dalszych etapach identyfikowane będą grupy opakowań, dla których poziom ten wynosi 15- 30% oraz < 15%. Ze względu na stopień trudności w przeprowadzeniu oceny udziału opakowań nadających się do recyklingu wśród członków Polskiego Paktu Plastikowego, przy zastosowaniu metodyki Fundacji Ellen MacArthur, wynik oceny opublikowany zostanie w kolejnym raporcie rocznym Paktu. Uwzględniając globalne i lokalne wyniki oceny poziomów recyklingu, już dziś wiemy, że osiągnięcie celu 3 będzie niesłychanie trudne i wymagać będzie gruntownych zmian w zakresie opakowań, których przetwarzanie jest obecnie niemożliwe.



CEL

4. Dążenie do zwiększenia udziału surowców wtórnych w opakowaniach z tworzyw sztucznych do poziomu 25%

Średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach sieci handlowych i producentów produktów w opakowaniach w 2020 wyniósł około **5,41%**, a producentów opakowań **6,28%**. Osiągnięty wynik ukazuje konieczność podjęcia natychmiastowych działań mających na celu zwiększenie udziału recyklatów w opakowaniach.



CEL

5. Efektywne wsparcie systemu zbiórki i recyklingu opakowań, aby osiągnąć poziom recyklingu w wysokości co najmniej 55% na polskim rynku

W 2018 poziom recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce wyniósł **35,7%**³. Zgodnie z legislacją europejską poziom ten w 2025 roku wynosić powinien 50%.



CEL

6. Podniesienie jakości i efektywności edukacji konsumentów w zakresie segregacji, recyklingu, ponownego wykorzystania i ograniczenia zużycia opakowań

Członkowie Polskiego Paktu Plastikowego tylko w 2020 roku zorganizowali łącznie **6 kampanii edukacyjnych** związanych z ochroną środowiska i poprawnym gospodarowaniem odpadami skierowanych do konsumentów.

³ GUS, Ochrona Środowiska 2020



KAMIL MIKOŁAJCZYK

**Dyrektor ds. Sektora
Produkcji Przemysłowej,
Departament Sektarów
Strategicznych,
Santander Bank Polska S.A.**



MACIEJ NAŁĘCZ

**Analitik Sektorowy,
Santander Bank Polska**

W ROKU PANDEMII WYRAŹNIE WZROSŁA ROLA OPAKOWAŃ Z TWORZYW SZTUCZNYCH

Patrząc na ubiegły, bardzo trudny rok, przez liczby, widzimy, że produkcja sprzedana przemysłu opakowań zanotowała w wzrost o 1,3%, osiągając wartość ponad 45,5 mld PLN. Oznacza to, że producenci opakowań kolejny rok z rzędu utrzymali tempo wzrostu wartości sprzedanych produktów powyżej średniej dla polskiej gospodarki (-2,7%) jak i całego przetwórstwa przemysłowego (-2%). Jednocześnie, wolumen krajowej produkcji opakowań spadł o 1,5%, do ok. 6,16 mln t. Jednym z czynników które pozwoliły wyjść producentom opakowań obronną ręką ze skutków pandemicznych restrykcji, jest duża rola sektora spożywczego wśród odbiorców opakowań. Sektor ten odpowiada za ponad 65% krajowego zużycia opakowań (licząc z napojami), a opakowania z tworzyw sztucznych zapewniały odpowiednią barierowość i poczucie bezpieczeństwa dla konsumentów. Jednocześnie pomógł proeksportowy charakter polskiego sektora spożywczego, co złagodziło skutki okresowego zamykania sektora gastronomii.

Branża opakowań nie jest jednorodna i składa się z szeregu segmentów, z których każdy ma swoją specyfikę, mocne strony oraz wyzwania, przed którymi stoi. Tutaj należy podkreślić, że producenci opakowań z tworzyw sztucznych okazali się najodporniejsi na trudności związane z pandemią, zajmując w branży pierwsze miejsce pod względem wzrostu produkcji sprzedanej – o ponad 500 mln PLN, do ok. 16,3 mld PLN, co odpowiadało w ub. r. blisko 36% produkcji całej branży opakowań. Pod względem wagi, krajowa produkcja opakowań z tworzyw sztucznych

wzrosła w ujęciu r/r o ok. 1,2%, dzięki czemu krajowi producenci odpowiadali za rekordowe 9,6% unijnej produkcji w tym segmencie. Warto zaznaczyć, że wynik ten nie uwzględnia blisko 50% (!) wzrostu liczby wyprodukowanych butelek, preform, tub itp. produktów z tworzyw sztucznych. Dlatego w ujęciu wartościowym wzrost krajowej produkcji opakowań z tworzyw wyniósł relatywnie wysokie 3,5%. Masa opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzonych na rynek krajowy spadła o ok. 1,1% wobec 2019 r., za sprawą zmniejszonego importu. Jednocześnie obserwowaliśmy wyraźny wzrost eksportu, przede wszystkim na rynki unijne – krajowi producenci opakowań z tworzyw zajęli pod tym względem 2. miejsce spośród 27 państw UE.

Konsumenci państw Wspólnoty wykorzystali w ub. r. aż o 16% mniej (wagowo) opakowań takich jak torebki, saszetki, pudełka czy wiaderka z tworzyw sztucznych – łącznie było to ok. 11,5 mln t, co oznaczało spadek do poziomu z 2016 r. To skutek znacznie silniejszych skutków gospodarczych walki z pandemią na wielu rynkach europejskich, które mocniej niż w Polsce odbiły się na konsumpcji.

Jednak podobnie jak na rynku krajowym, widoczny był istotny wzrost w segmencie butelek itp. wyrobów z tworzyw sztucznych - wykorzystano ich aż o 6,4% więcej niż przed rokiem, w szczególności w przypadku dużych butelek o pojemności przekraczającej 2l.

Gospodarka obiegu zamkniętego jest kluczowa nie tylko dla spełnienia wymogów polityki środowiskowej, ale również dla długoterminowego rozwoju sektora przetwórstwa tworzyw sztucznych. Polska posiada jeden z najwyższych w Unii Europejskiej deficyt handlu zagranicznego w obrocie tworzywami sztucznymi w formach podstawowych. Powoduje to, że krajowi producenci opakowań z tworzyw sztucznych są wystawieni nie tylko na wahania cen surowców, ale również kursów walut. Zatrzymywanie w obiegu raz użytego surowca ma więc uzasadnienie nie tylko środowiskowe, ale również i biznesowe, ponieważ buduje źródło lokalnych dostaw. Według naszych szacunków, cała branża opakowań będzie musiała zainwestować nawet 20 mld PLN na przestrzeni najbliższych 5 lat żeby utrzymać obecne, wysokie tempo wzrostu oraz dostosować się do zmieniających się wymogów środowiskowych – nie tylko tych regulacyjnych, ale też pochodzących ze strony odbiorców i konsumentów. Inwestycje te w dużej mierze będą musiały być udziałem małych i średnich firm, specjalizujących się w produkcji opakowań z tworzyw sztucznych, które mają duże szanse zostać istotnym beneficjentem nowej perspektywy finansowej unijnych programów wsparcia przedsiębiorstw we wdrażaniu innowacji i zmian w projektowaniu nakierowanych na wdrażanie rozwiązań GOZ.



1. IDENTYFIKACJA I ELIMINACJA WSKAZANYCH OPAKOWAŃ NADMIERNYCH I PROBLEMATYCZNYCH Z TWORZYW SZTUCZNYCH POPRZEZ PRZEPROJEKTOWANIE, INNOWACJE I ALTERNATYWNE MODELE DOSTAWY

CO TO ZNACZY „OPAKOWANIA NADMIERNE I PROBLEMATYCZNE”?

Opakowania nadmierne to takie, których eliminacja nie wpłynie na ograniczenie wszystkich niezbędnych funkcji opakowania; można ich uniknąć lub je zastąpić (np. stosując modele wielokrotnego użycia), przy jednoczesnym zachowaniu użyteczności.

Opakowania problematyczne to takie, które z dużym prawdopodobieństwem nie zostaną efektywnie zagospodarowane po użyciu, utrudniają przetwarzanie innych wyrobów lub do ich produkcji wykorzystuje się niebezpieczne substancje chemiczne.

JAK ROZPOZNAĆ OPAKOWANIA NADMIERNE I PROBLEMATYCZNE?

W celu identyfikacji opakowań nadmiernych i problematycznych w Pakcie zastosowano 5 kryteriów opracowanych przez Fundację Ellen MacArthur. Opakowania uznaje się za problematyczne lub nadmierne, gdy spełniony jest jeden lub więcej poniższych warunków.

1. Nie nadaje się do ponownego wykorzystania, recyklingu ani nie jest kompostowalne*
2. Zawiera, lub jego proces produkcji wymaga zastosowania, niebezpiecznych substancji chemicznych, które stanowią zagrożenie dla zdrowia ludzkiego lub środowiska
3. Można go uniknąć** (lub zastąpić przez model wielokrotnego użytku) zachowując użyteczność
4. Utrudnia lub zakłóca ponowne przetwarzanie lub kompostowanie innych wyrobów
5. Istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że przedostanie się do środowiska naturalnego, powodując jego zanieczyszczenie.

* Polski Pakt Plastikowy w swoich celach strategicznych nie uwzględnił opakowań kompostowalnych, dlatego, identyfikując opakowania problematyczne i nadmierne kryterium kompostowalności nie zostało wzięte pod uwagę. Ze względu na coraz większe zainteresowanie opakowaniami kompostowalnymi, Polski Pakt Plastikowy przeprowadzi analizę ich rynku oraz dostępnych metod zagospodarowania i opublikuje swoje stanowisko.

**całkowicie lub częściowo

OBRANY KIERUNEK

Hierarchia postępowania z odpadami wprowadzona do porządku prawnego poprzez Dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/98/WE w sprawie odpadów wskazuje jasno – **nadrzędnym sposobem postępowania z odpadami jest zapobieganie ich powstawaniu. Chcąc zamknąć obieg opakowań z tworzyw sztucznych, konieczne jest zmniejszenie ilości wprowadzanych do obrotu tworzyw sztucznych oraz eliminacja opakowań nadmiernych i problematycznych.**

CO ZROBILIŚMY DO TEJ PORY?

W ramach prac związanych z celem 1, we wrześniu 2021 Pakt Plastikowy opublikował raport **Opakowania Nadmierne i Problematiczne**, w którym zidentyfikowane zostały opakowania, do których redukcji dążyć będą członkowie Paktu. Na liście znaleźć można zarówno pozycje, których eliminacja jest stosunkowo łatwa, jak i opakowania, których redukcja lub zastąpienie wymaga innowacji i poszukiwania nowych, niedostępnych dziś technologii. Istnieją również opakowania, dziś w Polsce postrzegane jako problematyczne, dla których już opracowano innowacyjne technologie przetwórstwa i zagospodarowania, jednak obecnie operujące na zbyt małą skalę, aby możliwe było zamknięcie obiegu. Nie należy więc zapominać o konieczności modernizacji i rozwoju infrastruktury do zagospodarowania odpadów z tworzyw sztucznych. Z tych względów, proces poszukiwania rozwiązań dla wskazanych opakowań, podzielono na dwa etapy, o różnym horyzoncie czasowym – pierwsza grupa opakowań zaadresowana zostanie do końca roku 2023 i druga do końca 2025.

ZIDENTYFIKOWANE OPAKOWANIA

PROBLEMATYCZNE (2023)

-  • Opakowania barwione w masie barwnikiem na bazie sadzy technicznej (carbon black)
-  • Opakowania zawierające PVC i PVDC
-  • Opakowania jednostkowe z EPS i XPS

PROBLEMATYCZNE (2025)

-  • Opakowania kompozytowe wielopolimerowe sztywne
-  • Opakowania wielomateriałowe giętkie
-  • Opakowania zawierające EVOH*
-  • Opakowania z tworzyw sztucznych z małoformatowymi elementami metalowymi
-  • Elementy odrywane (tear-off)
-  • Pompki i rozpylacze wielomateriałowe
-  • Etykiety termokurczliwe (sleeve)
-  • Uszczelki i membrany silikonowe

NADMIERNE

-  • Foliopaki i polybagi
-  • Folie w opakowaniach zbiorczych
-  • Folia stretch (B2B)
-  • Opakowania o nadmiernej objętości w stosunku do zawartości
-  • Nadmierne opakowania pośrednie i bezpośrednie
-  • Wieszaki dołączone do produktu

Opublikowana lista będzie systematycznie aktualizowana i weryfikowana. Polski Pakt Plastikowy zidentyfikował również 5 opakowań potencjalnie nadmiernych i problematycznych, wymagających pogłębionej analizy dostępnych dziś rozwiązań. Do końca drugiego kwartału 2022 podjęta zostanie decyzja o ich klasyfikacji. Całość raportu, wraz z szeroką analizą czynników wpływających na problematyczność opakowań dostępna jest [TUTAJ](#).

DOTYCHCZASOWE DZIAŁANIA CZŁONKÓW

Niezależnie od działań Polskiego Paktu Plastikowego, zdecydowana większość raportujących firm podjęła już działania mające na celu przegląd swoich opakowań pod kątem problematyczności. Do najczęściej wymienianych przez firmy opakowań należały opakowania:

- wielomateriałowe,
- z PVC i PVDC,
- z PS, EPS oraz XPS,
- czarne i inne nieprzezroczyste.

Wiele firm członkowskich posiada wewnętrzne przewodniki dotyczące ekoprojektowania, w których określono substancje i materiały, których stosowanie należy ograniczyć. Doświadczenie firm w zakresie identyfikacji opakowań problematycznych stanowiły bezcenny wkład do pracy grupy roboczej nad listą opakowań nadmiernych i problematycznych w Pakcie Plastikowym.

Znacznie mniejszą uwagę wśród raportujących firm poświęcono opakowaniom nadmiernym. Wg informacji nadesłanych przez firmy członkowskie, działania w tym zakresie dotyczyły głównie eliminacji poszczególnych elementów opakowań oraz zmniejszania masy tworzyw wykorzystywanych do produkcji opakowania (pocienianie opakowań).

DALSZE KROKI

Praca nad eliminacją zidentyfikowanych przez członków Polskiego Paktu Plastikowego opakowań nie jest dziś możliwa bez podjęcia odważnych działań - **wdrażania nowych rozwiązań w tym zmian w sposobach dostawy produktów**. Poszukując innowacji konieczne jest spojrzenie systemowe, dlatego tak istotne jest budowanie partnerstw i wymiana doświadczeń w całym łańcuchu wartości opakowań.

Członkowie Paktu pracować będą nad eliminacją wskazanych na liście opakowań poprzez przeprojektowanie, innowacje i alternatywne modele dostawy w określonych ramach czasowych (2023 i 2025) we wszystkich zastosowaniach, dla których jest to możliwe (tzn. przy zachowaniu ochrony produktu). W kolejnym raporcie rocznym, Polski Pakt Plastikowy określi postęp w redukcji wskazanych na liście opakowań.

Należy pamiętać, że opakowania nadmierne i problematyczne zidentyfikowane przez Pakt Plastikowy stanowią jedynie punkt wyjścia do podjęcia dalszych działań. Ze względu na różnorodne portfolio opakowań w firmach, każda organizacja powinna podjąć działania mające na celu analizę problematyczności swoich opakowań, posługując się na przykład kryteriami przedstawionymi powyżej.

Dobre Praktyki

PRODUCENCI OPAKOWAŃ

KGL Firma KGL opracowała opakowanie monomateriałowe MONO-PET, w którym wykorzystano unikalny sposób łączenia folii górnej z kołnierzem opakowania tworząc bezpieczne zamknięcie. Dzięki temu wyeliminowano potrzebę stosowania standardowej, dolaminowanej do folii PET folii bazowej PE, których połączenie jest problematyczne w kontekście dalszego przetwórstwa. Opakowanie MONO-PET jest recyklowalne i może być przetwarzane razem z innymi opakowaniami PET np. butelkami.

Alpla Alpla, oprócz intensywnych prac nad ograniczeniem zużycia surowców pierwotnych w produkowanych opakowaniach, prowadzi działania mające na celu optymalizację zużycia opakowań zbiorczych i transportowych w swoich operacjach.

Firma zmieniła grubość stosowanej na paletach transportowych folii stretch z 17 na 15 mikronów, zaoszczędzając tym samym prawie 19 ton surowca! W miejsce jednorazowych tacek tekturowych (opakowania zbiorcze), wprowadzono tacki wielokrotnego użytku z tworzywa sztucznego, unikając zużycia 124 ton kartonu.



SIECI HANDLOWE I PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH

Jeronimo Martins Firma prowadzi kompleksową analizę swoich opakowań pod kątem problematyczności. Na przykład od 2020 sieć Biedronka eliminuje opakowania wykonane lub zawierające w składzie polichlorek winylu (PVC), uznawany za problematyczny w kontekście recyklingu innych polimerów. Do końca 2020 roku zmianie uległo ponad 50 opakowań produktów marek własnych (m.in. zmiana etykiety na opakowaniu makaronu Pastani, zmiana materiału etykiety termokurczliwej na jogurtach pitnych FruVita), dzięki czemu ponad 385 ton PVC nie zostało wprowadzonych do obrotu. Dodatkowo, w całkowitym bilansie firmie udało się odchudzić alternatywne materiały i zużyć o ponad 90 ton mniej tworzyw sztucznych!

Kaufland Firma Kaufland dąży do ograniczenia ilości wykorzystywanych tworzyw sztucznych w opakowaniach marek własnych. Do wdrożonych zmian można zaliczyć między innymi: rezygnację z foliowego otworu w opakowaniu chusteczek higienicznych marki Bevo-la, eliminację plastikowego wieczka w napojach marki K-to go, czy zmniejszenie ilości tworzywa sztucznego potrzebnego do wyprodukowania 1,5 litrowej wody źródlanej marki własnej K-Classic.

Nestlé Rezygnacja z folii we wszystkich opakowaniach zbiorczych bulionów w kostkach Winiary (Nestlé) pozwoliło na redukcję 8 ton plastiku w skali roku! Tam gdzie to możliwe wyeliminowano również przekładki papierowe lub z tworzyw sztucznych oddzielające paletę od wyrobów na których są składowane.

Nestlé Nestlé stworzyło jeden kompleksowy dokument, w którym zostały zebrane wytyczne (tzw. Złote zasady) odnośnie ekoprojektowania i optymalizacji zużycia opakowań oraz listę negatywną czyli listę materiałów opakowaniowych/ dodatków, które zostaną całkowicie wyeliminowane z opakowań firmy. Dokument służy nie tylko wewnętrznie, ale został również udostępniony dostawcom.

Ponadto rozwój i testy nowych, przyjaźniejszych dla środowiska rozwiązań opakowaniowych są prowadzone przez Instytut Badań nad Opakowaniami – pierwszą taką instytucję w branży spożywczej. Instytut zatrudnia około 50 naukowców, których prace obejmują m.in. tworzenie nowych bezpiecznych systemów wielokrotnego użytku, upraszczanie składu oraz zwiększenie ilości surowców z recyklingu w opakowaniach Nestlé. Instytut ściśle współpracuje z ponad 180 ekspertami z globalnej sieci badawczo-rozwojowej Nestlé, a także z instytucjami badawczymi, start-upami i dostawcami.

LPP Firma LPP wyeliminowała jednorazowe opakowania z tworzyw sztucznych stosowane do wysyłki zamówień on-line marek Mohito i Reserved. Zrezygnowano również z plastikowych wypełniaczy – folię bąbelkową zastąpiono karbowanym papierem pochodzącym z recyklingu, a poduszki powietrzne papierowymi harmonijkami z recyklingu. Od momentu wprowadzenia opakowań kartonowych, do końca stycznia 2021 na rynek nie trafiło 255 ton tworzyw sztucznych.

Lidl Lidl jako pierwsza sieć handlowa wprowadził znakowanie BIO warzyw i owoców naturalnym światłem, eliminując tym samym opakowania z tworzyw sztucznych, w które zapakowane były te produkty. W sklepach Lidla dostępne są owoce i warzywa BIO znakowane przy pomocy *natural branding*, czyli z wykorzystaniem naturalnego światła. Z wykorzystaniem skoncentrowanej wiązki światła na warzywie lub owocu pojawia się obraz w rodzaju „tatuazu”. W ten sposób warzywa BIO są dostępne bez opakowań, a informację o tym, że są to produkty BIO znajdziemy bezpośrednio na skórcie.

Unilever Firma Unilever w ramach realizacji strategii „No plastic” wprowadziła do swojej oferty między innymi serię szamponów w kostce *Love Beauty & Planet*, których opakowanie nie zawiera plastiku. Produkcja i transport produktu zużywają również znacznie mniej wody i powoduje mniejsze emisje CO₂, w porównaniu do standardowego szamponu.

Unilever Czarny plastik od lat stanowi duże wyzwanie dla przetwarzających odpady, ze względu na popularnie stosowany pigment „carbon black” na bazie sadzy technicznej, uniemożliwiający separację tych opakowań przez separator optyczny (NIR). Firma Unilever jest pionierem badań nad opracowaniem nowej receptury czarnego pigmentu, używanego do produkcji butelek z HDPE. Dzięki zastosowaniu innowacyjnej formuły, czarny pigment jest widoczny dla skanera w trakcie sortowania. Nowa receptura czarnego pigmentu jest obecnie stosowana w opakowaniach kosmetyków TRESemme i Lynx (Axe). Firma dążąc do zamknięcia obiegu opakowań na rynku, udostępnia technologię wszystkim chętnym.

Jak wdrażać innowacje w opakowaniach? Podejście Upstream Innovation

Eliminacja wskazanych opakowań nadmiernych i problematycznych wymaga poszukiwania innowacyjnych rozwiązań i spojrzenia zarówno na opakowanie jak i sam produkt z nowej – cyrkularnej perspektywy. W tym celu warto zwrócić uwagę na koncepcję *Upstream Innovation*, czyli *Innowacji u Źródła*. Metodyka ta została opracowana przez Fundację Ellen MacArthur i dotyczy wdrażania cyrkularnych innowacji w projektowaniu opakowań.

Model *Innowacji u Źródła* zakłada działania w trzech kolejnych strategiach, zgodnych z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym:

1. Eliminacja

Eliminacja opakowania z zachowaniem lub udoskonaleniem doświadczenia użytkownika. Istnieją dwa podejścia do eliminacji opakowań:

- eliminacja bezpośrednia – kiedy opakowanie nie pełni niezbędnej funkcji, może być uznane za nadmierne, jego eliminacja nie prowadzi do strat produktu, oraz nie wymaga znaczących zmian i innowacji produktu

Przykład: rezygnacja z foliopaków w wysyłkach online marek Mohito i Reserved przez LPP.

» CZYTAJ WIĘCEJ

- eliminacja poprzez innowacje – kiedy opakowanie pełni kluczową funkcję, jego eliminacja związana jest z wdrożeniem innowacji i zmianą podejścia do funkcji opakowania. Innowacje u Źródła pozwalają na to bez negatywnych i niezmiernych skutków.

Przykład: wdrożenie detergentów W5 w formie rozpuszczalnych w wodzie tabletek przez sieć handlową Lidl, dzięki którym całkowicie wyeliminowano opakowanie z tworzyw sztucznych.

» CZYTAJ WIĘCEJ

2. Ponowne Użycie

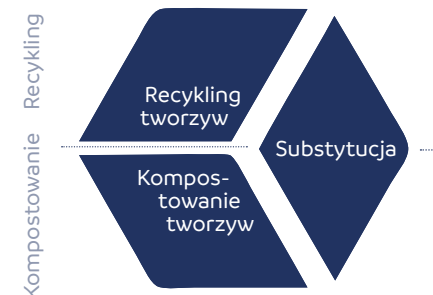
Opakowanie jest wykorzystywane wielokrotnie, tworząc wartość dodaną dla użytkownika i biznesu. Wyróżnić można cztery podstawowe modele ponownego użycia (więcej na ich temat na stronie 24).



3. Cyrkulacja materiałów

Przy projektowaniu opakowania z myślą o cyrkulacji materiałów, rozpatrzyć należy trzy ścieżki:

- wybór tworzywa i projekt opakowania umożliwiające łatwy recykling,
- wybór tworzywa kompostowalnego i projekt opakowania, który umożliwiłby poddanie opakowania procesowi kompostowania w praktyce,
- substytucja innymi niż tworzywa sztuczne materiałami, które nadają się do recyklingu i/lub kompostowania (np. papier, szkło).



Stosowanie tworzyw kompostowalnych oraz substytucja tworzyw sztucznych innymi materiałami wymaga rozpatrzenia całego cyklu życia opakowania i holistycznego spojrzenia na wpływ środowiskowy wdrażanej zmiany.

Cały raport Upstream Innovations Fundacji Ellen MacArthur znaleźć można [TUTAJ](#).

2. DĄŻENIE DO ZMNIEJSZENIA O 30% UŻYCIA PIERWOTNYCH TWORZYW SZTUCZNYCH W OPAKOWANIACH WPROWADZANYCH NA RYNEK.

ROSNAĆ BEZ WYCZERPYWANIA ZASOBÓW

Redukcja zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych jest jednym z podstawowych założeń gospodarki obiegu zamkniętego, pozwalającym na zerwanie zależności pomiędzy wzrostem, a poziomem zużycia paliw kopalnych.

W ramach Celu 2 Paktu Plastikowego członkowie zobowiązali się do bezwzględnej redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych z surowców kopalnych o 30% w odniesieniu do ich ilości wprowadzanych do obrotu w roku 2018.

Ustanowienie Celu wyrażonego jako wartość bezwzględną w odniesieniu do roku bazowego (liczba ton wprowadzonych na rynek opakowań z surowców pierwotnych w raportowanym roku vs. liczba ton opakowań z surowców pierwotnych w roku 2018 z pominięciem wzrostu biznesu) pozwala na realne i przejrzyste mierzenie postępu na drodze do ograniczenia wykorzystania nieodnawialnych zasobów Ziemi.

**195,2
tys. ton**

masa pierwotnych tworzyw sztucznych z paliw kopalnych wprowadzanych na rynek w 2018*

**174,0
tys. ton**

masa pierwotnych tworzyw sztucznych z paliw kopalnych wprowadzanych na rynek w 2020

10,86 %

spadek zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych z surowców kopalnych

* Dane dotyczą sieci handlowych i producentów produktów w opakowaniach. Ze względu na brak danych dotyczących składu surowcowego opakowań, danych dotyczących Celu 2 nie przekazały 2 z 9 firm objętych obowiązkiem. Dla jednej z firm, ze względu na brak danych dotyczących roku 2018 za rok bazowy przyjęto rok 2019. W przypadku jednej organizacji rokiem bazowym do mierzenia postępu będzie rok 2020.

Odnotowany spadek zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych ze źródeł kopalnych wynika z wielu różnorodnych czynników. Niezaprzeczalnie należy wskazać na jeden aspekt, który wynika bezpośrednio z zaraportowanych przez Członków danych - w okresie 2018-2020 **całkowita masa opakowań wprowadzanych na rynek przez raportujące organizacje spadła o 7%. Spadek zużycia tworzyw pierwotnych jest więc w dużej mierze spowodowany ogólnym spadkiem masy wprowadzanych przez firmy opakowań.**

Równolegle firmy podejmują wiele działań mających na celu ograniczenie masy wprowadzanych opakowań. Ich wdrożenie jest jednak stosunkowo łatwe i opiera się na eliminacji bezpośredniej zbędnych opakowań lub ich elementów oraz stosowanie coraz cieńszych opakowań.

Uzyskanie spadku wykorzystania surowców pierwotnych w nadchodzących latach będzie znacznie trudniejsze i oprócz kontynuacji redukcji opakowań nadmiernych wymagać będzie wejścia na kolejny, nowy poziom działania poprzez:

- eliminację opakowań poprzez wdrażanie innowacji,
- zamianę opakowań jednokrotnego użytku na opakowania wielorazowe,
- stosowanie recyklatów i surowców odnawialnych na większą skalę.



Dobre Praktyki

PRODUCENCI OPAKOWAŃ

Glopack Firma Glopack opracowała technologię, pozwalającą na wyprodukowanie folii trzykrotnie cieńszej od obecnie używanej na rynku, przy wytrzymałości najmocniejszej folii dostępnej w sprzedaży!

Innowacyjna folia stretch, pozwala na oszczędność minimum 30% kosztów oraz zredukowanie ilości zużytego surowca o nawet 60%.

Poprzez ograniczenie masy folii, w porównaniu do obecnie stosowanej technologii – w ciągu 10 lat producent szacuje ograniczenie ilości odpadów foliowych o 145 tysięcy ton oraz redukcję przewozów kontenerowych TIR-ami o 12 tysięcy kursów.

Efekt ten osiągnięto dzięki wielu testom, eksperymentom oraz współpracy z naukowcami z Politechniki Lubelskiej.

Folia firmy Glopack została nagrodzona tytułem „Produkt Innowacyjny dla Logistyki, Transportu i Produkcji 2020”, w konkursie organizowanym przez Wydawnictwo Eurologistics.

KGL Firma KGL opracowała opakowania z folii spienionej PET, które charakteryzują się zmniejszoną gęstością w porównaniu do gęstości opakowań z folii litej PET, co oznacza zmniejszenie masy wprowadzanych na rynek opakowań.

Jokey Jokey stawia na efektywność materiałową i zmniejszanie masy opakowań co prowadzi do redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych. Opakowania Jokey stają się coraz lżejsze- od roku 1990 firma zmniejszyła ich masę nawet o 40%.

SIECI HANDLOWE I PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH

Unilever Firma Unilever realizując strategię „Less Plastic” prowadzi szereg zmian mających na celu zmniejszenie zużycia tworzyw sztucznych w opakowaniach. Jednym z podjętych przez firmę działań, jest przeprojektowanie opakowania na keczupie Hellmann’s, w którym zastąpiono czerwoną butelkę PET na łatwiejszą do ponownego przetworzenia butelkę transparentną PET oraz zmniejszono gramaturę o 33% - dzięki czemu tylko w Polsce wyeliminowano 40 ton plastiku w skali roku.

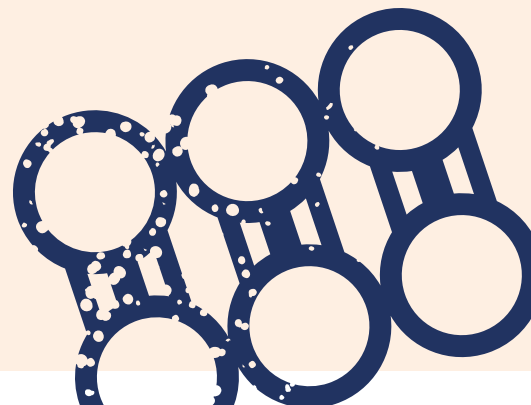
Firma wprowadza również zmiany w ekspozycji produktów na półkach. W 2020 r. zrezygnowano z plastikowych podstawek pod opakowania sztyftów Rexona, Dove i Axe.

Jeronimo Martins Jeronimo Martins intensywnie pracuje nad redukcją pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach, wyznaczając cele własne i monitorując postępy. Tylko w 2020, dzięki prowadzonym działaniom z zakresu ekoprojektowania opakowań, firma zapobiegła wprowadzeniu na rynek łącznie ponad 5600 ton pierwotnych tworzyw sztucznych! Jak podkreśla sieć handlowa, do uzyskania takiego wyniku potrzebna jest współpraca z partnerami handlowymi oraz producentami opakowań.

Na przykład tylko dzięki zmniejszeniu grubości folii Serdelków z Szynki z 450 do 400 mikronów, szacuje się oszczędność materiału na poziomie ponad 7900 kg w skali roku!

Danone Spółka Danone korzysta z tworzyw sztucznych ze źródeł odnawialnych. Marka Alpro (należąca do spółki Danone), posiadająca w swojej ofercie wyłącznie produkty pochodzenia roślinnego, do 2025 roku planuje przejście na opakowania w 100% ze źródeł odnawialnych (lub recyklatów). W kartonach do płynnej żywności oznacza to rezygnację z warstwy aluminiowej oraz wprowadzenie warstwy PE ze źródeł odnawialnych (trzciny cukrowej). Dla kubeczków Alpro oznacza to całkowitą rezygnację z pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach i wprowadzenie kubeczków papierowych.

Kaufland W sieci Kaufland od 2015 r. do transportu oraz sprzedaży owoców i warzyw wykorzystywane są skrzynki wielokrotnego użytku EPS, które w 100% nadają się do recyklingu. Opakowania stanowią zamiennik jednorazowych opakowań z kartonu lub tworzyw sztucznych. W ciągu pięciu lat zaowocowało to nie tylko ograniczeniem zużycia plastiku o ponad 6 tysięcy ton oraz kartonu o ponad 8 tysięcy ton, ale także redukcją emisji CO₂ o ponad 25 tysięcy ton!





3. 100% OPAKOWAŃ Z TWORZYW SZTUCZNYCH NA POLSKIM RYNKU NADAJE SIĘ DO PONOWNEGO WYKORZYSTANIA LUB RECYKLINGU

CO OZNACZA OPAKOWANIE NADAJĄCE SIĘ DO RECYKLINGU?

Termin „opakowanie nadające się do recyklingu” rozumiane jest na wiele sposobów, a jego stosowane niepoparte przejrzystą metodyką może wprowadzać w błąd. Polski Pakt Plastikowy oceniając przydatność opakowań do recyklingu, korzysta z jasno określonej definicji opracowanej przez Fundację Ellen MacArthur.

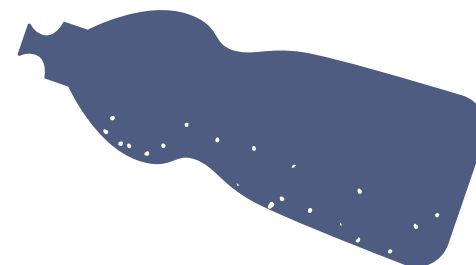
„Opakowanie lub element opakowania nadaje się do recyklingu, jeśli jest potwierdzone, że jego skuteczna pokonsumencka zbiórka, sortowanie i recykling działają w praktyce i na dużą skalę.”

Kluczowym elementem definicji jest zrozumienie stwierdzenia „w praktyce i na dużą skalę”, które oznacza, że:

- opakowanie osiąga 30% poziom recyklingu pokonsumenckiego w wielu regionach, razem reprezentujących co najmniej 400 mln mieszkańców (kryterium globalne, badane każdego roku przez Fundację Ellen MacArthur)
- lub
- opakowanie osiąga 30% poziom recyklingu pokonsumenckiego na rynku Paktu (kryterium lokalne, badane przez Pakt Plastikowy).⁴

W 2021 Polski Pakt Plastikowy prowadził dialog z gronem ekspertów, w celu określenia kategorii opakowań, dla których osiągany jest w Polsce minimum 30% poziom recyklingu. **Spośród 17 kategorii analizowanych opakowań spełnienie kryterium lokalnego potwierdzono jedynie dla butelek PET** (pełne wyniki oceny lokalnej i globalnej za rok 2020 zamieszczono w aneksie).

W kolejnych etapach pracy Pakt zidentyfikuje grupy opakowań, dla których poziom recyklingu mieści się w przedziale 15-30% oraz < 15%, tak aby możliwe było określenie typów opakowań o największym potencjale do rozwoju w kontekście recyklingu. Ocena osiągniętych poziomów aktualizowana będzie co roku.



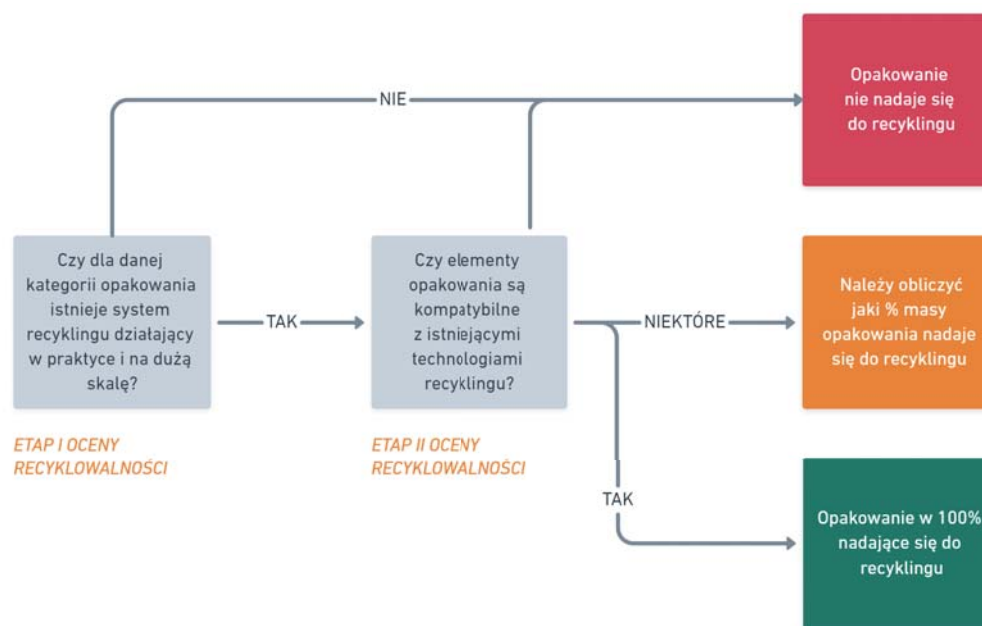
⁴ Gdzie wartością uwzględnianą przy pomiarze ilości odpadów poddanych recyklingowi jest masa surowców wtórnych po procesie.

Ocena recyklowalności opakowań

Polski Pakt Plastikowy oceniając przydatność opakowań do recyklingu, korzysta z metodyki opracowanej przez Fundację Ellen MacArthur. Ocena recyklowalności przebiega w dwóch etapach uwzględniając zarówno aktualnie osiągnięty poziom recyklingu dla analizowanego opakowania, jak i techniczną możliwość poddania go recyklingowi.

- **Etap 1** - ocena spełnienia kryterium globalnego lub lokalnego dla analizowanej kategorii opakowania (patrz strona 21). Jeśli spełnione jest przynajmniej jedno z nich, na potrzeby Paktu Plastikowego można przyjąć, że system recyklingu istnieje dla danego typu opakowania. **Podejście to jest unikalne, ponieważ wyklucza uznanie opakowania za recyklowalne wyłącznie na podstawie technicznej możliwości poddania go recyklingowi.**

RYS. 1. SCHEMAT METODYKI OCENY RECYKLOWALNOŚCI OPAKOWANIA W POLSKIM PAKCIE PLASTIKOWYM



- **Etap 2** - ocena kompatybilności opakowania i jego elementów z istniejącymi technologiami przetwórstwa. Na tym etapie należy zweryfikować czy projekt opakowania nie utrudnia lub uniemożliwia procesu recyklingu opakowania. **W praktyce, oznacza to, że nawet jeśli istnieje system przetwarzania dla danego opakowania, w przypadku niewłaściwego projektu, może się okazać, że opakowanie w całości lub częściowo, nie nadaje się do recyklingu w praktyce.** Ponieważ dotychczas nie opracowano technicznych rekomendacji dotyczących projektowania z myślą o recyklingu dedykowanych rynkowi polskiemu, członkowie Paktu Plastikowego korzystają z wytycznych RecyClass, opracowanych przez Plastic Recyclers Europe.

OPAKOWANIA NADAJĄCE SIĘ DO RECYKLINGU W PAKCIE

Ze względu na poziom szczegółowości jakiego wymaga przedstawiona powyżej metodyka oceny recyklowalności opakowań, procent opakowań nadających się do recyklingu i ponownego użycia w Polskim Pakcie Plastikowym zostanie określony w kolejnym raporcie rocznym. Warto zwrócić uwagę, na fakt iż w świetle ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi firmy wprowadzające do obrotu opakowania, mają obowiązek zbierania danych dotyczących całkowitej masy opakowań z tworzy sztucznych bez uwzględnienia rodzajów polimerów z jakich są wykonane. W związku z tym, w kontekście raportowania dla Polskiego Paktu Plastikowego dużym wyzwaniem, z jakim obecnie mierzą się firmy członkowskie jest stworzenie wewnętrznych systemów do zbierania danych dotyczących rodzajów opakowań wprowadzanych do obrotu z uwzględnieniem typów polimerów. Niektóre z firm członkowskich już dziś dysponują wszelkimi informacjami dotyczącymi stosowanych polimerów i typów opakowań.

DR INŻ. EWA STARZYK
dyrektor ds. naukowych
i legislacyjnych w Polskim Związku
Przemysłu Kosmetycznego



” EKOPROJEKTOWANIE W BRANŻY KOSMETYCZNEJ

Strategia Plastikowa postawiła przed nami konkretne i mierzalne cele – 100% opakowań nadających się do recyklingu lub ponownego użycia w 2030 r. Branża kosmetyczna już od 2018 r. podejmuje działania, aby ten cel osiągnąć.

Wiemy, że największy wpływ na środowisko mają opakowania jednostkowe, trafiające do konsumenta. Dlatego tak ważnym obszarem jest ekoprojektowanie. Zgodnie ze strategią Plastikową opakowanie powinno dać się wykorzystać ponownie w obiegu zamkniętym lub przerobić na inny produkt. Przygotowaliśmy w związku specjalny przewodnik techniczny dla członków Zwiększenie odzysku opakowań produktów kosmetycznych, a w najbliższych miesiącach planujemy stworzenie kolejnego narzędzia, mapy recyklowalności opakowań kosmetyków.

Recyklowalność opakowania to dopiero pierwszy krok w kierunku zrównoważonych opakowań. W branży kosmetycznej chcemy iść dalej i rozwijać opakowania zgodnie ze wszystkimi poziomami hierarchii postępowania z odpadami, wg podejścia eliminuj, redukuj, ponownie używaj, recykluj. Wszak najlepsze opakowania to takie, których nie ma. Systematycznie zbieramy przykłady najlepszych rozwiązań. Minimalizacja, ponowne użycie opakowań, wykorzystanie surowców wtórnych – to tylko wybrane przykłady z naszej Księgi Dobrych Praktyk, dostępnej dla wszystkich na stronie kosmetyczni.pl. Dobre praktyki wdrażają zarówno zagraniczni, jak i polscy producenci kosmetyków, firmy duże i małe. Ich działania mogą być inspiracją dla przedsiębiorców, dopiero zaczynających przygodę z ekoprojektowaniem. Edukujemy też konsumentów w kwestiach właściwego postępowania z opakowaniami po

użyciu produktów, co jest kolejnym kluczowym elementem. Na portalu Kosmopedia.org, adresowanym do konsumentów, przygotowaliśmy sekcję dotyczącą sortowania opakowań po kosmetykach.

Chcemy szukać dalszych rozwiązań i dalej inspirować – planujemy organizację specjalnych warsztatów z ekoprojektowania i myślenia o produkcie i jego opakowaniu w duchu metodologii upstream innovation – we współpracy z naszymi partnerami.

Cel naszej branży to zrównoważone opakowania produktów kosmetycznych, pełne urzeczywistnienie założeń Zielonego Ładu, Gospodarki o Obiegu Zamkniętym i Strategii Plastikowej. Aby tak się stało, potrzebne są działania branży i dialog w całym łańcuchu wartości. Konsument, producent kosmetyków, producent opakowań, recykler, ustawodawca. Każdy z tych aktorów ma do odegrania ważną rolę. Projektanci opakowań muszą rozmawiać z recyklerami, producenci kosmetyków z konsumentem, a regulator – ze wszystkimi.

Największe trudności we wdrażaniu Strategii Plastikowej i innych elementów Zielonego Ładu dot. opakowań zarówno w Polsce, jak i w UE są spowodowane brakiem konkretnych ram prawa. Największe zaległości dotyczą wymagań ROP, które w Europie są bazą całej regulacji dla systemu gospodarki odpadami opakowaniowymi i jego sposobu finansowania. Spowalnia to transformację opakowań w kierunku bardziej zrównoważonych i ogranicza rozwój technologii sortowania i recyklingu. Z jednej strony mamy więc do osiągnięcia bardzo konkretne cele – zwiększenie poziomów recyklingu materiałów, pełna recyklowalność opakowań z tworzyw sztucznych do 2030 r., zastosowanie recyklatów w niektórych opakowaniach. Z drugiej wciąż brakuje narzędzi regulacyjnych dla ich wdrażania. Na szczęście rynek nie znosi próżni i uczestnicy łańcucha wartości opakowań w branży kosmetycznej i nie tylko podejmują szereg inicjatyw, by z wyprzedzeniem wprowadzać zrównoważone rozwiązania, co ułatwi późniejsze dostosowanie do konkretnych wymogów.

OPAKOWANIA WIELOKROTNEGO UŻYTKU

Jedną z najistotniejszych metod ograniczania zużycia opakowań jednorazowego użytku jest wprowadzanie modeli ponownego użycia. **Obecnie rozwiązania te nie są popularne na Polskim rynku i jest to obszar o dużych możliwościach rozwoju.** Opakowania wielokrotnego użytku są istotnym obszarem zainteresowań Paktu, który wspierać będzie ich popularyzację, poszukując możliwości wdrażania.

Wśród raportujących organizacji wyróżnić należy sieć handlową Carrefour, która w dwóch lokalizacjach testuje refillomaty umożliwiające klientom zakup kosmetyków do własnych opakowań oraz sieć Kaufland korzystającą z opakowań zwrotnych w swoim łańcuchu dostaw (więcej na temat rozwiązań znaleźć można w części dotyczącej dobrych praktyk). Innym obserwowanym działaniem promującym modele ponownego użycia jest możliwość zakupu towarów na wagę do własnych pojemników w większości sieci handlowych.

Działania te nie wystarczą jeśli chcemy zamknąć obieg opakowań z tworzyw sztucznych.

DALSZE KROKI

Wyniki tegorocznej lokalnej oceny poziomów recyklingu wskazują na konieczność podjęcia natychmiastowych działań mających na celu wsparcie systemu zbiórki i recyklingu opakowań z tworzyw sztucznych. Polski Pakt Plastikowy pracuje nad określeniem grup opakowań, dla których istnieje potencjał do osiągnięcia 30% poziomu w najbliższych latach.

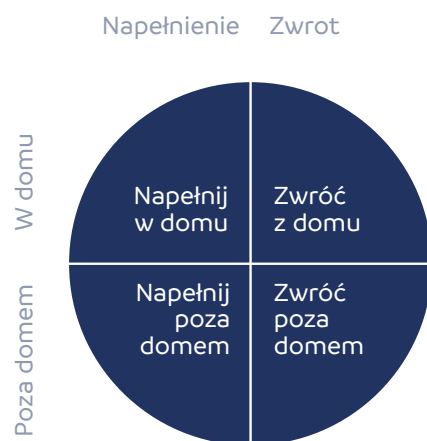
Uwzględniając globalne i lokalne wyniki oceny poziomów recyklingu dla poszczególnych kategorii opakowań, już dziś wiemy, że osiągnięcie celu *100% opakowań nadających się do recyklingu lub ponownego użycia* będzie niesłychanie trudne i wymagać będzie gruntownych zmian w zakresie opakowań, których przetwarzanie jest obecnie niemożliwe.

Polski Pakt Plastikowy skupi się również na identyfikacji barier i poszukiwaniu możliwości wdrażania modeli ponownego użycia w Polsce.



Ponowne użycie opakowań - rozwiązania

Istniejące rozwiązania dla opakowań wielokrotnego użytku są zróżnicowane. Najczęściej wskazuje się na cztery podstawowe modele:



Więcej informacji o modelach ponownego użycia i korzyściach jakie wiążą się z ich stosowaniem znaleźć można w raporcie Reuse Fundacji Ellen MacArthur. Zachęcamy do lektury!



Napełnij w domu - do napełnienia opakowania dochodzi w domu, produktem, który został zakupiony przez konsumenta poza domem, lub dzięki dostawie produktu do domu (np. subskrypcja produktu). W tym modelu użytkownik opakowania pozostaje jego właścicielem i odpowiada za jego mycie.

Przykład:
Cif ecorefill firmy **Unilever** - skoncentrowany wkład, który pozwala na wielokrotne użycie butelki sprayu. Użytkownik w domu uzupełnia butelkę sprayu wodą i dodaje koncentrat Ecorefill. Do wytworzenia wkładu wykorzystywane jest o 75% mniej tworzyw sztucznych niż do produkcji standardowej butelki.

» CZYTAJ WIĘCEJ



Zwróć z domu - użytkownik zamawia do domu produkt w opakowaniu, które po opróżnieniu jest od niego odbierane (np. na drodze subskrypcji). W tym modelu właścicielem opakowania pozostaje firma dostarczająca produkt i po jej stronie leży odpowiedzialność za mycie i ponowną dystrybucję opakowania.

Przykład:
Loop - platforma umożliwiająca producentom korzystanie z opakowań wielorazowych. Produkty pakowane w ten sposób oferowane są klientom w sklepie stacjonarnym lub internetowym. Po użyciu produktu opakowanie odbierane jest bezpośrednio z domu konsumenta, następnie myte i wykorzystane ponownie przez producenta.

» CZYTAJ WIĘCEJ



Napełnij poza domem - użytkownik napełnia opakowanie poza domem, np. w sklepie. W tym modelu użytkownik opakowania pozostaje jego właścicielem i odpowiada za jego mycie.

Przykład:
Carrefour - stacja do refillingu - użytkownik może uzupełnić kosmetyki do swojego opakowania wielokrotnego użytku (więcej na temat dobrej praktyki na stronie 27).

» CZYTAJ WIĘCEJ



Zwróć poza domem - użytkownik nabywa produkt w opakowaniu, które po użyciu oddaje do sklepu lub wskazanego punktu. Opakowanie myte jest w punkcie zwrotu lub odbierane przez dostawcę usługi, który odpowiada za jego mycie i redystrybucję.

Przykład:
Take!Cup - system kaucyjny dla kubeczków na napoje wielokrotnego użytku. Kupując napój w kubeczku Take!Cup użytkownik płaci 5 zł kaucji za opakowanie. Po wypiciu napoju kubeczek zwrócić można w dowolnym punkcie partnerskim, odzyskując wpłaconą kaucję.

» CZYTAJ WIĘCEJ

Dobre Praktyki

PRODUCENCI OPAKOWAŃ

ALPLA Firma Alpla proponuje swoim klientom przegląd portfolio opakowań pod względem ich recyklowalności (*Design for recycling*) oraz jest w trakcie opracowania szczegółowych wytycznych dotyczące projektowania opakowań łatwych do recyklingu.

Jokey Jednym z filarów strategii firmy Jokey jest produkcja opakowań monomateriałowych, nadających się do recyklingu. Opakowania wykonane są z poliolefin, głównie polipropylenu lub polietylenu, w sposób umożliwiający całkowite usunięcie ich zawartości przez użytkownika, co gwarantuje pełne wykorzystanie produktu, upraszczając proces recyklingu.

Aniflex Firma Aniflex zainicjowała kampanię *Take care of Earth*, mającą na celu rozszerzenie wiedzy na temat dostępnych rozwiązań przyjaznych dla środowiska w branży etykiet.

Take care of the Earth, to zbiór darmowych pakietów zawierających szereg rozwiązań nieobciążających środowiska naturalnego, kierowany do największych firm w Polsce. Poza przykładowymi materiałami wierzchnimi czy podkładowymi zawierającymi między innymi surowce z recyklingu, zawarto w nim również informacje o klejach rozpuszczalnych wpływających na poprawę wydajności procesu recyklingu, jak i programach umożliwiających zagospodarowanie odpadów powstałych po produkcji etykiet.

SIECI HANDLOWE I PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH

Jeronimo Martins Jeronimo Martins kieruje się zasadami ekoprojektowania na etapie wdrażania nowych lub wymiany istniejących opakowań. Kryteriami branymi pod uwagę są m.in. redukcja nadmiarowych ilości stosowanego materiału, czy zawartość surowca z recyklingu. Firma prowadzi też wewnętrzne działania edukacyjne dla swoich pracowników odpowiedzialnych za rozwój produktów - prowadzi szkolenia oraz stworzyła przewodnik do ekoprojektowania.

Tylko w 2020 w Jeronimo Martins przeprowadzono 78 projektów związanych z ekoprojektowaniem!

Danone Spółka Danone wdrożyła metodykę *Design for Recyclability* do projektowania swoich opakowań. W tym celu stworzono międzydziałowy zespół projektowy i zaplanowano cykl spotkań i warsztatów dot. strategii zrównoważonych opakowań. Punktem wyjścia była ocena wszystkich opakowań metodyką *Design4Recyclability*, a także zmapowanie obecnych i planowanych projektów w obszarze zrównoważonych opakowań.

Przykładem wdrożonych już zmian są opakowania jogurtów naturalnych Activia, w których zrezygnowano z owijki naklejonej na butelkę jogurtu na rzecz nadruku bezpośrednio na kubeczku. Utrzymując łatwy dostęp do informacji o produkcie firma zredukowała roczne zużycie surowców o 20 ton, a opakowanie jest dużo prostsze do wydzielenia ze strumienia odpadów w sortowni, a tym samym – łatwiejsze do ponownego przetworzenia i wykorzystania.

Danone (c.d.) Inny przykład to usunięcie plastikowego korka/nakładki z butelki Activia 195g przyniosło redukcję plastiku na poziomie 7% dla opakowania.

Nutricia (część grupy spółek Danone) Nutricia wdrożyła zmiany w opakowaniu preparatu żywieniowego Nutrison z opakowania wielomateriałowego giętkiego na recyklingową butelkę z tworzywa sztucznego OpTri. Szacuje się, że w procesie produkcji nowego opakowania zużywane jest 85% wody mniej, przy jednoczesnym zmniejszeniu emisji o 21% w porównaniu do wcześniej stosowanego opakowania.

Carrefour Sieć uruchomiła testowo dwie stacje refillingowe, dzięki której klienci dwóch sklepów Carrefour BIO w Warszawie i Wrocławiu, mają możliwość napełnienia kosmetykami butelek wielokrotnego użytku, redukując tym samym ilość wykorzystywanych do tej pory jednorazowych opakowań. Projekt powstał we współpracy z marką kosmetyczną YoPe oraz startupem Swappl.

Kaufland Sieć Kaufland sukcesywnie pracuje nad zwiększeniem przydatności opakowań marek własnych do recyklingu, m.in. eliminując kolor czarny, który utrudnia mechaniczną segregację odpadów. Kaufland już może pochwalić się konkretnymi działaniami w tym zakresie. Kolor czarny został wyeliminowany w środkach do udrażniania rur, a także środkach piorących marki K-Classic. Również w produktach wegańskich i wegetariańskich marki K-take it veggie czarne tacki zastąpiło tworzywo przeźroczyste.

Sieci Handlowe Sieci handlowe Biedronka, Lidl, Kaufland, Carrefour i Auchan mają w swojej ofercie asortymentowej woreczki wielokrotnego użytku na m.in. owoce i warzywa, zachęcając swoich klientów do zmniejszenia zużycia torebek foliowych. Coraz więcej sklepów umożliwia również zakup produktów świeżych do swoich pojemników. Tę usługę znaleźć można w sklepie Kaufland, Carrefour, Auchan i Biedronka (ze względu na pandemię COVID-19, niektóre sieci czasowo wstrzymały usługę).

Firmy wprowadzają również zmiany w oferowanych swoim klientom torbach foliowych, stawiając na redukcję ich grubości, sięgając po surowce wtórne lub wdrażając alternatywy papierowe. Na przykład w sklepach sieci Kaufland i Lidl dostępne są torby na zakupy z certyfikatem Blue Angel, wykonane w 80% z surowców z recyklingu. Sieć zdecydowała się również zmienić wygląd woreczków na owoce i warzywa oraz zmniejszyć grubość folii o blisko 9%. Taka zmiana pozwoliła na ograniczenie zużycia plastiku aż o ok. 93 tony w skali roku (przy założeniu rocznej wielkości zużycia woreczków analogicznej do roku poprzedniego). Kaufland w 2019 r. zrezygnował ze sprzedaży jednorazowych toreb zakupowych wykonanych z tworzyw sztucznych. Oszacowano, że w ten sposób sieć redukuje zużycie tworzyw sztucznych o niemal 1400 ton w skali roku.



4. DĄŻENIE DO ZWIĘKSZENIA UDZIAŁU SUROWCÓW WTÓRNYCH W OPAKOWANIACH Z TWORZYW SZTUCZNYCH DO POZIOMU 25%

JAK ROZUMIEMY SUROWCE WTÓRNE?

Zgodnie z definicją stosowaną przez Fundację Ellen MacArthur, w Polskim Pakcie Plastikowym zawartość materiałów z recyklingu pokonsumenckiego rozumiana jest jako:

Udział masowy materiału pochodzącego z recyklingu pokonsumenckiego* w produkcji lub opakowaniu.

* Użycie terminu zgodnie z ISO14021 definiuje materiały pokonsumenckie jako materiały wytwarzane przez gospodarstwa domowe lub obiekty komercyjne, przemysłowe i instytucjonalne w roli użytkowników końcowych produktu, których nie można już wykorzystywać zgodnie z przeznaczeniem. Obejmuje to również zwroty materiału z łańcucha dystrybucji.

5,41%

średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez członków Polskiego Paktu Plastikowego*

6,28%

średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych na rynek przez producentów opakowań w Polskim Pakcie Plastikowym**

MARIUSZ MUSIAŁ

COUNTRY MANAGER ALPLA POLSKA



RYNEK SUROWCÓW WTÓRNYCH

Sytuacja na rynku surowców wtórnych w Polsce w ostatnich miesiącach jest bardzo dynamiczna. Od początku 2021 roku, zaobserwowano gwałtowny wzrost zapotrzebowania na recyklat wynikający między innymi z coraz większego zainteresowania rozwiązaniami cyrkularnymi wśród firm i chęci wykorzystania surowców wtórnych w opakowaniach. Dostępność recyklatu zależy w dużym stopniu od dostępności opakowań z selektywnej zbiórki, które mogą zostać poddane recyklingowi, co w Polsce dziś stanowi wyzwanie. Za przykład posłużyć może butelka PET, dla której poziom selektywnej zbiórki w Polsce jest w dalszym ciągu niski, co przy rosnącym zapotrzebowaniu na butelki postkonsumenckie, powoduje znaczny wzrost ich cen, przyczyniając się z kolei do wzrostu ceny recyklatu. Aby zwiększyć poziom zbiórki selektywnej konieczne wydaje się jak najszybsze zorganizowanie efektywnego systemu depozytowego – jak pokazują przykłady z innych rynków europejskich, system depozytowy zwiększa poziom zbiórki selektywnej opakowań PET i poprawia jakość zebranych butelek postkonsumenckich.

* Dane dotyczą sieci handlowych i producentów produktów w opakowaniach. Ze względu na brak danych dotyczących składu surowcowego opakowań, danych dotyczących Celu 4 nie przekazały 2 z 9 firm objętych obowiązkiem. W przypadku dwóch organizacji raportowany udział surowców wtórnych może być obciążony niewielkim błędem, ze względu na brak szczegółowych danych dot. recyklatów stosowanych w opakowaniach.

** Średni udział materiałów z recyklingu przedkonsumenckiego w opakowaniach producentów opakowań wynosi 2,6%. Ze względu na brak danych dotyczących ilości stosowanych recyklatów, danych dotyczących Celu 4 nie przekazała 1 z 5 raportujących firm produkujących opakowania.

DLACZEGO WYKORZYSTANIE SUROWCÓW WTÓRNYCH JEST DZIŚ TAK ISTOTNE?

Stosowanie recyklatów bezpośrednio przyczynia się do zmniejszenia zużycia surowców kopalnych oraz stymuluje rozwój sektora gospodarki odpadami, wspierając dążenie do gospodarki o obiegu zamkniętym dla tworzyw sztucznych. Należy więc zastępować surowce pierwotne surowcami wtórnymi wszędzie tam, gdzie jest to możliwe.

Mając na uwadze 4 Cel Polskiego Paktu Plastikowego oraz zapisy Dyrektywy PE i Rady UE w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko (tzw. SUP), zgodnie z którymi od 2025 r. przedsiębiorcy będą zobowiązani do zapewnienia 25% zawartości recyklatu w butelkach na napoje PET oraz 30% w 2030 r. i uwzględniając niestabilną sytuację rynku recyklatów w Polsce, kwestia dostępności surowców wtórnych odpowiedniej jakości jest kluczowa.

RECYKLATY – GDZIE ICH SZUKAĆ?

Obecnie trzema największymi odbiorcami surowców wtórnych w Europie są: budownictwo (46%), przemysł opakowaniowy (24%) oraz rolnictwo (13%). Szacuje się, że w Polsce do produkcji nowych wyrobów wykorzystano w 2018 roku w sumie 582 tys. ton recyklatów, z czego 21,5% znalazło zastosowanie w przemyśle opakowaniowym – przy czym średni udział regranulatu w gotowych wyrobach w segmencie opakowań wynosi około 10%.⁵

Istnieje szereg zastosowań, dla których udział surowców wtórnych może sięgać od 50% do nawet 100%. Wśród opakowań wymienić można m.in. palety (90-100%), skrzynki na warzywa i owoce (50-100%), folie do pakowania, np. mebli (90-100%), folie na opakowania zbiorcze niemające kontaktu z produktem (50-100%), czy torby foliowe (90-100%).⁶



DALSZE KROKI

Osiągnięty wynik ukazuje konieczność podjęcia natychmiastowych działań mających na celu zwiększenie udziału surowców wtórnych, tak aby w 2025 roku osiągnąć Cel 25% zawartości recyklatów w opakowaniach. Obecny poziom, zarówno dla producentów jak i firm wprowadzających opakowania do obrotu, jest niższy niż średnia zawartość recyklatów w opakowaniach w Polsce (10%).

Biorąc pod uwagę sytuację zaistniałą na rynku surowców wtórnych w Polsce oraz osiągnięty wynik udziału surowców wtórnych w opakowaniach z tworzyw sztucznych członków Polskiego Paktu Plastikowego, Pakt:

- opracuje rekomendacje dotyczące stosowania surowców wtórnych w opakowaniach,
- będzie dążyć do zwiększenia ilości surowców przydatnych do recyklingu (poprzez promowanie projektowania z myślą o recyklingu oraz eliminację opakowań problematycznych), wpływając tym samym na podwyższenie ilości i jakości dostępnych na rynku surowców,
- będzie budować lepsze rozumienie wokół stosowania materiałów pochodzących z recyklingu (mity, bariery, korzyści) wśród swoich członków oraz interesariuszy zewnętrznych.

⁵ Raport Roczny 2019, Fundacja PlasticsEurope Polska

⁶ Katalog produktów z recyklingu, Stowarzyszenie Polski Recykling

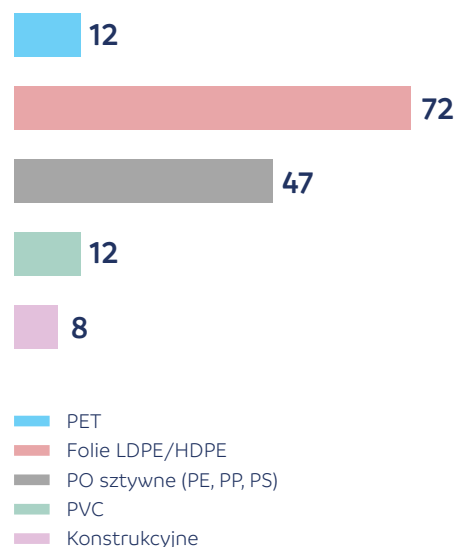
Raport Mapa Recyklerów

W 2021 r. na zlecenie Polskiego Paktu Plastikowego Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, opracował raport Mapa Recyklerów, mający na celu określenie możliwości przetwórczych recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce, w podziale na grupy polimerowe (raport dostępny jest wyłącznie dla Członków Paku Plastikowego).

Rynek recyklingu w pigułce – wybrane lekcje z raportu

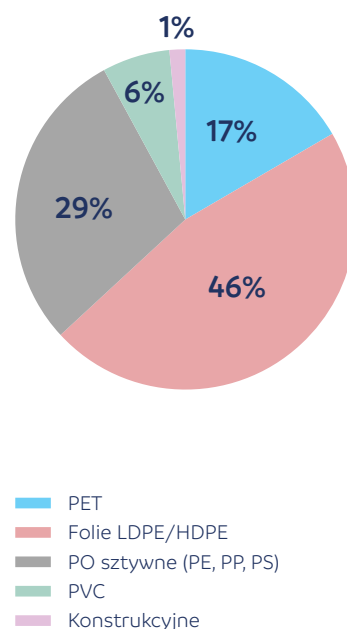
1. Analizowana grupa recyklerów

151 firm przetwarzających odpady opakowaniowe z tworzyw sztucznych oraz mających potencjał technologiczny do takich odpadów odpowiada dziś za ok. 95% mocy przerobowych w Polsce (grupa wybrana do badania).



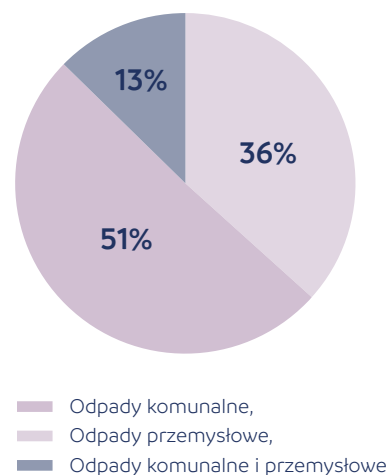
2. Liczebność zakładów wg przetwarzanych polimerów

Największy udział mocy przerobowych w badanych zakładach zajęły folie LDPE/HDPE (46%), poliolefiny sztywne PE, PP, PS (29%) oraz PET (17%).



3. Moce przerobowe [t]

Okolo połowy badanych zakładów zajmuje się dziś przetwarzaniem wyłącznie odpadów komunalnych. Aż 36% firm recyklingowi poddaje jedynie odpady przemysłowe.



4. Struktura badanych zakładów według rodzaju przetwarzanych odpadów

56% badanych zakładów przetwarza odpady nabywane wyłącznie w Polsce, odpowiadając za 33% mocy przerobowych. Oznacza to, że większa część mocy przerobowych ukierunkowana jest na przetwarzanie odpadów zarówno polskich jak i nabywanych za granicą. Powodami importu surowców z zagranicy są między innymi brak stabilności: cen, jakości surowców oraz warunków współpracy w Polsce.

Dobre Praktyki

PRODUCENCI OPAKOWAŃ

ALPLA Alpla stawia na rozwój nowoczesnych technologii - firma zwiększyła nakład wydatków na ten cel do 50 mln euro! Jedną z wdrażanych innowacji jest m.in. technologia trzywarstwowego wytłaczania z rozdmuchem, dzięki której możliwe jest wykorzystanie surowców wtórnych o różnej jakości, w warstwie środkowej opakowania.

KGL Firma KGL opracowała opakowania do kontaktu z żywnością z PET pochodzącego nawet do 100% z recyklatów. Posiadana przez KGL specjalistyczna wiedza umożliwia przeprowadzenie procesu dekontaminacji (oczyszczenia), dzięki czemu możliwe jest zwiększanie udziału surowców pochodzących z recyklingu w bieżącej produkcji. Poddany dekontaminacji surowiec może mieć kontakt z żywnością, ponieważ w porównaniu do innych recyklatów, spełnia obowiązujące normy jakościowe.

Jokey Firma prowadzi szereg działań mających na celu edukację na temat konieczności stosowania recyklatów w opakowaniach.

Jednym z nich jest wprowadzenie znaku jakości RAL (mówiącym o procentowym udziale recyklatów w opakowaniu) oraz zorganizowanie kampanii dotyczącej recyklingu „Szary to nowy zielony”.

Jokey (c.d.) Dodatkowo, Jokey jest partnerem inicjatywy Waste Free Oceans (WFO), a także opracowuje opakowania wykonane z tworzyw sztucznych pozyskanych z recyklingu odpadów oceanicznych (OBRP). Pochodzą one ze strumieni Post-Use-Input przemysłu morskiego. Poprzez odbiór starych sieci rybackich lub plastikowych odpadów, zapobiega się wyrzucaniu ich do morza.

W 2019 roku firma po raz pierwszy wyprodukowała niebieskie opakowania *Oceanplastic*, zawierające 25% plastiku pochodzącego z recyklingu odpadów z oceanu i 75% materiałów pochodzących z recyklingu pokonsumenckiego z gospodarstw domowych. Nadrukowane na opakowaniu hasło „Keep nature clean” ma na celu motywowanie konsumentów, aby nie pozostawiali zużytych opakowań w naturze.

Schoeller Allibert Firma Schoeller Allibert zamyka obieg opakowań w praktyce, realizując swoją strategię „Too good, to waste”.

Linia Circuline, bo to o niej mowa, to gama produktów zawierających surowce wtórne pozyskane z opakowań, które po zakończeniu swojego życia stały się odpadem (np. skrzynki, palety czy skrzyniopalety). Klienci, którzy zakupili opakowania firmy Schoeller Allibert, które po wielu latach zaczynają się zużywać, mają możliwość uzyskania z nich, nowych pojemników, do których produkcji wykorzystywany jest powierzony materiał.



Schoeller Allibert (c.d.) Produkty Circuline nie odbiegają parametrami od produktów wytworzonych w 100% z materiału pierwotnego, przechodząc takie same testy wytrzymałościowe i jakościowe.

Avery Dennison Firma Avery Dennison opracowała folię samoprzylepną rPP, wykorzystywaną do produkcji etykiet, pozyskiwaną na drodze recyklingu chemicznego, z 99% zawartością surowców wtórnych pokonsumenckich (PCR). Materiał jest zatwierdzony do bezpośredniego kontaktu z żywnością oraz posiada certyfikację ISCC PLUS!

Analiza cyklu życia (LCA), porównująca rPP60 Top Clear ISCC (99% PCR) ze standardową folią PP60 Top Clear, wskazała o 99% mniejsze zużycie surowców kopalnych, 69% mniejsze zużycie energii, 72% mniejszą emisję gazów cieplarnianych oraz 25% mniejszą produkcję odpadów stałych. Obecnie materiał ten, w połączeniu z odpowiednio dobranymi klejami, wykorzystywany jest przez właścicieli marek do etykietowania opakowań z tworzyw sztucznych w ramach działań wdrażających GOZ.



SIECI HANDLOWE I PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH

Unilever Działania Unilever w obszarze “Better Plastic” to używanie do produkcji opakowań materiałów pochodzących z recyklingu i pewność, że opakowania produktów Unilever nadają się do recyklingu. Dove, jedna z największych na świecie marek kosmetycznych, przeszła na wykorzystywanie butelek pochodzących w 100% z recyklingu. Dzięki temu tylko w Polsce zużytych jest blisko 500 ton mniej pierwotnego plastiku rocznie. Innymi markami dostępnymi na polskim rynku, w opakowaniach których firma wykorzystuje plastik pochodzący z recyklingu opakowań od konsumentów (PCR), są Seventh Generation, Love Beauty & Planet, Axe, Timotei, Dove Men Care, Baby Dove, Coccolino Intense, mleczko do czyszczenia Cif, czy Cif Nature’s. Magnum w ubiegłym roku wprowadził na rynek w Europie 7 milionów opakowań lodów wykonanych z plastiku pochodzącego z recyklingu. Od początku tego roku również w Polsce dostępne są kubki Magnum w opakowaniach wykonanych w 100% z PCR.

Lidl Jednym z celów Lidla jest wykorzystywanie jak większej ilości tworzyw pochodzących z recyklingu, a tym samym efektywne ponowne użycie materiałów nadających się do recyklingu. Sieć koncentruje się na wykorzystaniu recyklatów w nowych produktach w obszarze artykułów gospodarstwa domowego. Z regranulatu wytwarzane są m.in. wysokiej jakości artykuły gospodarstwa domowego takie jak: wieszaki na ubrania, wiadra, kosze, czy pojemniki do przechowywania, składające się w co najmniej 95% z surowców wtórnych.

Jeronimo Martins

Jedną z zasad ekoprojektowania stosowaną w sieci Biedronka jest wykorzystanie surowców wtórnych. Łącznie w 2020 roku, w opakowaniach produktów marek własnych wykorzystano prawie 5550 ton recyklatu z surowców pokonsumenckich (PCR).

Tylko wprowadzenie opakowania papieru toaletowego Queen z dodatkiem 30% rLDPE (polietylenu o małej gęstości pochodzącego z recyklingu) pozwoliło na zaoszczędzenie 30 860 kg materiału pierwotnego rocznie!

Dodatkowo materiały opakowaniowe powstałe z działalności sklepów zebrane selektywnie sieć przekazuje do recyklingu a powstały regranulat wykorzystywany jest do produkcji oferowanych w sklepach toreb na zakupy oraz worków na śmieci 120l.

Nestlé

W 2020 roku marka Nałęczowianka poszerzyła swoje portfolio o kolejną butelkę wykonaną w 50% z tworzywa z recyklingu rPET.

Pierwszą propozycją marki w opakowaniu z wykorzystaniem recyklatu była wprowadzona w 2019 roku butelka 1 L. Nestlé Waters konsekwentnie zwiększa zastosowanie rPET w swoich opakowaniach: firma globalnie zobowiązała się, że do 2025 roku udział rPET we wszystkich butelkach będzie wynosić 50%.

Ponadto firma działa również w obszarze tzw. opakowań drugorzędowych w 2020 roku wprowadzając na pakietach majonezów folię termokurczliwą wykonaną w 50% z rLPDE.

Kaufland

Kaufland systematycznie zwiększa udziału surowców wtórnych w opakowaniach produktów marek własnych. W asortymencie sieci już dziś znaleźć można np. olej słonecznikowy marki K-Classic w butelce wykonanej w 50% z rPET, płyn do czyszczenia szyb marki K-Classic w butelce w 60% wykonanej z rPET a także napoje marki K-Classic w butelkach 2 l z 30% zawartością rPET.





5. EFEKTYWNE WSPARCIE SYSTEMU ZBIÓRKI I RECYKLINGU OPAKOWAŃ, ABY OSIĄGNĄĆ POZIOM RECYKLINGU W WYSOKOŚCI CO NAJMNIEJ 55% NA POLSKIM RYNKU

WYZWANIA SYSTEMOWE

Cel piąty Polskiego Paktu Plastikowego mobilizuje członków do podjęcia działań wspierających system gospodarowania odpadami tak, aby osiągnięty został 55% poziom recyklingu dla odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce, a więc o pięć punktów procentowych wyższy niż wskazują przepisy prawa. Działania w tym obszarze wymagają zaangażowania wszystkich uczestników rynku – biznesu, rządu, samorządów i konsumentów i jedynie podejście systemowe, łączące wszystkich interesariuszy pozwoli na osiągnięcie Celu.

35,7%

poziom recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce

58,7%

poziom recyklingu odpadów opakowaniowych ogółem*

* Eurostat, Packaging waste statistics

Pakiet odpadowy⁷ przyjęty w Unii Europejskiej w 2018 określił nowe poziomy recyklingu dla państw członkowskich, zgodnie z którymi kraje osiągnąć muszą:

- 50% poziom recyklingu w 2025 dla opakowań z tworzyw sztucznych i 55% w 2030 roku
- 65% poziom recyklingu w 2025 dla opakowań ogółem i 70% w 2030 roku

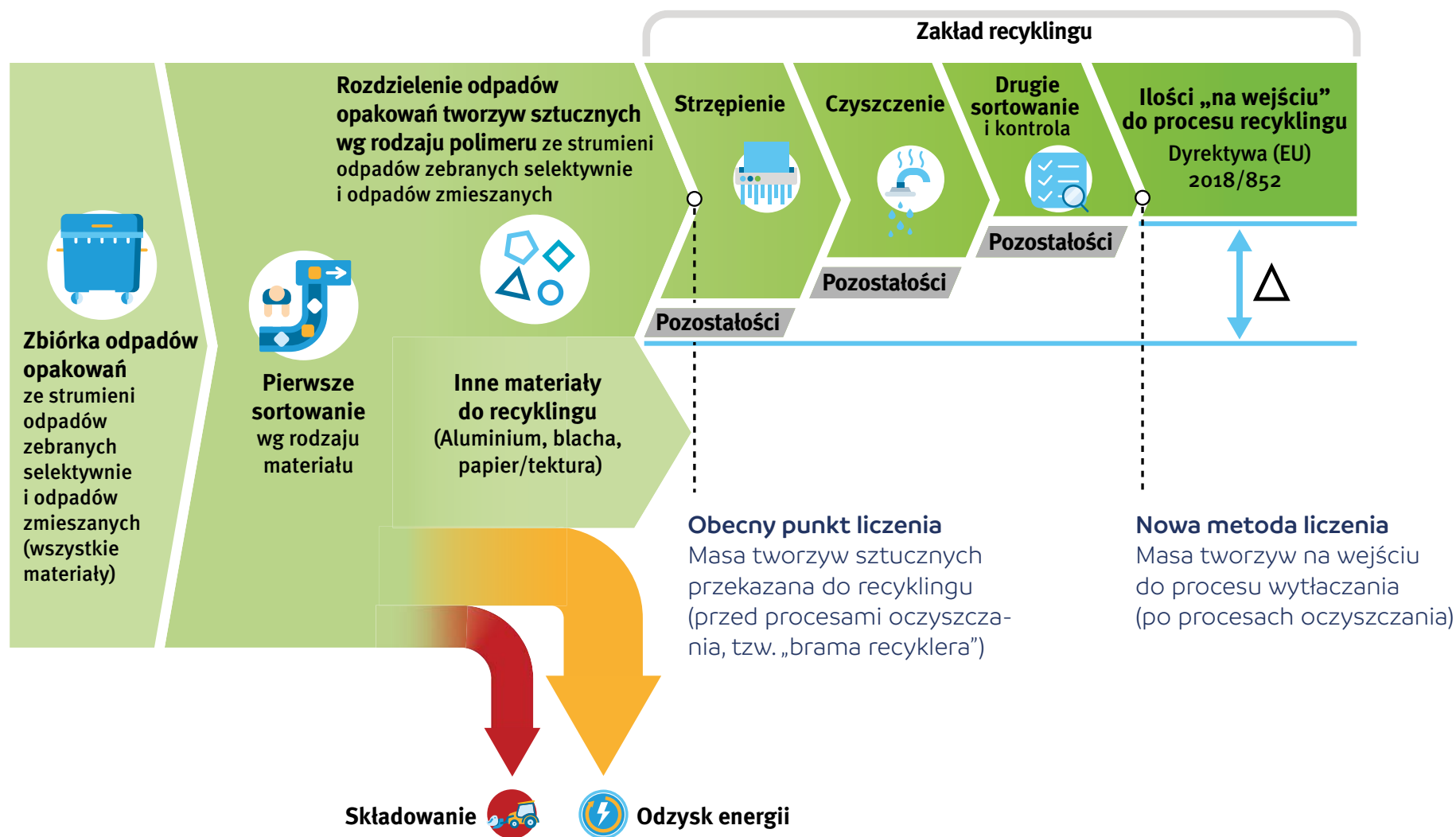
W świetle osiągniętych obecnie w Polsce poziomów recyklingu osiągnięcie tak ambitnych celów stanowić będzie duże wyzwanie, zwłaszcza mając na uwadze nadchodzącą zmianę sposobu pomiaru poziomów recyklingu⁸. **Zmianie ulegnie punkt liczenia ilości odpadów poddanych recyklingowi.**

Szacuje się, że zmiana metody pomiaru skutkować może **spadkiem poziomu recyklingu dla opakowań z tworzyw sztucznych o około jedną trzecią w stosunku do obecnie raportowanych poziomów**.⁹

⁷ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/852 w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych

⁸ Decyzja Wykonawcza Komisji (UE) 2019/665 z dnia 17 kwietnia 2019 r.

⁹ Eunomia, Polska Rozszerzona Odpowiedzialność Producenta- Opracowanie Systemu ROP dla Polski



Źródło: <https://www.plasticseurope.org/pl/resources/publications/2403-tworzywa-sztuczne-w-obiegu-zamknietych>

Raport *Mapa Recyklerów* wykazał, że ilości opakowań wprowadzane do obrotu i dostępne moce przerobowe instalacji do recyklingu odpadów z tworzyw sztucznych **prawdopodobnie nie pozwolą na osiągnięcie nałożonych na Polskę poziomów recyklingu.**

POTENCJAŁ PRZETWARZANIA

Jak wskazuje Załącznik do Krajowego planu gospodarki odpadami 2022¹⁰, "wydajność instalacji recyklingu tworzyw sztucznych nie jest wystarczająca dla pokrycia obecnego zapotrzebowania, wynikającego z ilości selektywnie zbieranych odpadów tworzyw sztucznych. Jest również zbyt mała dla przetworzenia prognozowanych ilości odpadów tworzyw sztucznych zbieranych selektywnie w ilości 1,25 mln Mg w roku 2028 i 1,45 mln Mg w roku 2034."

Dokument wskazuje na potrzebę inwestycji w zakłady, których brakuje zarówno w Polsce jak i w Europie tj. przetwarzające odpady PS. Inwestycji wymagają również instalacje recyklingu tacek PET oraz opakowań PET barwionych w masie, folii PP oraz folii HDPE. Oszacowano, że zapotrzebowanie na inwestycje z zakresu recyklingu tworzyw sztucznych kształtuje się na poziomie ok. 0,8–1 mln Mg w latach 2028–2034, a ich realizacja wymaga nakładów finansowych na poziomie pomiędzy ok. 3,44–4,30 mld zł.

Do osiągnięcia wymaganych poziomów recyklingu potrzebna jest współpraca wszystkich uczestników systemu- po stronie recyklerów leżą dziś inwestycje i systematyczne zwiększenie mocy przerobowych, po stronie wprowadzających wdrażanie najlepszych praktyk w zakresie ekoprojektowania i rezygnacja z opakowań problematycznych i nadmiernych, natomiast po stronie konsumentów poprawa selektywnej zbiórki odpadów. Nieoceniona jest również rola legislatora, którego zadaniem jest stworzenie wydajnego systemu, wspierającego rozwiązania cykularne.

DALSZE KROKI

Priorytetowym obszarem działań Polskiego Paktu Plastikowego w obszarze Celu 5 jest zmapowanie i pozyskanie danych związanych całym łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych, w celu określenia możliwości osiągnięcia założonego poziomu recyklingu. Przy obecnym systemie sprawozdawczym podmiotów wprowadzających produkty w opakowaniach oraz recyklerów, a także braku aktualnych danych dotyczących m.in. morfologii

odpadów opakowaniowych w Polsce – zadanie to jest niezwykle trudne.

Na podstawie prowadzonej cyklicznie lokalnej ocenie poziomów recyklingu dla poszczególnych kategorii opakowań, Polski Pakt Plastikowy skupi się na poszukiwaniu szans i barier w rozwoju systemu recyklingu dla grup opakowań, dla których istnieje potencjał do osiągnięcia poziomu 30% w najbliższych latach (więcej informacji przy Celu 3).



¹⁰ Uchwała nr 57 Rady Ministrów z dnia 6 maja 2021 r. zmieniająca uchwałę w sprawie Krajowego planu gospodarki odpadami 2022

JAKUB TYCZKOWSKI

Prezes Zarządu
Rekopol Organizacja Odzysku
Opakowań S.A.



” AKTUALNE WYZWANIA BRANŻY GOSPODARKI ODPADAMI OPAKOWANIOWYMI

Szanowni Państwo,

Dzisiejszy system gospodarki odpadami opakowaniowymi, w tym z tworzyw sztucznych, podlega ciągłym zmianom i dynamicznym zmianom będzie podlegał. Mając 20-letnie doświadczenie i funkcjonowanie na rynku, widzimy możliwość wypracowania nowych i skutecznych rozwiązań.

Znamy również jego słabe strony jak np. brak wielu informacji w systemie sprawozdawczym, przez co trudno diagnozować i oszacować skalę różnych problemów dot. opakowań i odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych. Wiemy, że wprowadza się na rynek ponad milion ton tego typu opakowań, ale nie znamy dokładnego podziału tego strumienia, z uwagi np. na rodzaje polimerów czy przeznaczenia.

Niezbędnym np. wydaje się wprowadzenie rozwiązań na poziomie raportowym, które umożliwiłyby podział opakowań wprowadzanych na jednostkowe (dla gospodarstw domowych) i pozostałe: zbiorcze i transportowe. Zagadnienie podziału na rodzaje tworzyw sztucznych natomiast pozostanie. Bez tej wiedzy, trudno np. określić czy moce recyklingowe danej grupy materiałowej są wystarczające

Od kilku lat prowadzimy działania doradcze i wykonujemy testy, mające na celu przybliżenie naszym klientom wiedzy z zakresu ekoprojektowania opakowań, tak aby opakowania wprowadzane na rynek były coraz bardziej zrównoważone, czyli co najmniej nie stwarzały barier w sortowaniu i recyklingu. Warto zauważyć, że działania te są konieczne, aby skład opakowań i ich budowa były takie, aby późniejsze osiągnięcie bardzo ambitnych celów recyklingu było możliwe, a powstałe recyklaty w jakości umożliwiającej jak najszerze zastosowania. To jednak nie wystarczy. Aby mechanizmy ekoprojektowania zadziałały z punktu widzenia realizacji celów środowiskowych, muszą zostać wplecione w zrozumiały system ROP.

Dobry projekt opakowania determinuje 80% jego wpływu na środowisko. Umożliwia także świadomą, łatwą segregację przez konsumenta. Selektywna zbiórka odpadów

opakowaniowych jest niezbędnym elementem gospodarki odpadami, bez którego nie ma mowy ani o skutecznym recyklingu, ani o wypełnieniu strategii biznesowych czy prawnych wymagań w zakresie stosowania recyklatów.

W tym celu wiele firm zdecydowało się na wdrożenie oznakowania opakowań w zakresie selektywnej zbiórki. Poprawia to komunikację wprowadzającego z konsumentem, a efektem jest lepsze zarządzanie strumieniem odpadów.

Na zlecenie Polskiego Paktu Plastikowego Rekopol realizował badanie rynku recyklingu w Polsce, z którego wynika że obecne moce przerobowe dla tworzyw sztucznych to ponad 700 tys. ton odpadów na rok. Jest to wystarczające do osiągnięcia dzisiejszych celów recyklingu, jednak mając na uwadze rok 2030 i cel recyklingu dla tworzyw 55% - realizacja celów bez nowych inwestycji może być zagrożona. Wpływać na to będzie także Decyzja KE dotycząca zmiany punktów liczenia ilości odpadów poddanych recyklingowi, która ujednolici podejście dla całej Unii, ale z drugiej strony wpłynie na wyższy poziom odliczeń zanieczyszczeń z odpadów kierowanych do procesów przetwarzania.

Rynek recyklatów jest obecnie rozgrzany jak żelazo. Ogromny popyt, bardzo intensywna produkcja, konsolidacja branży, ale też obserwacja legislatora przez interesariuszy systemu co do kolejnych rozwiązań prawnych charakteryzuje obecną sytuację. Wiele firm z branży recyklingu tworzyw sztucznych planuje inwestycje w rozwój swoich firm, z drugiej strony widać wstrzemięźliwość przed pochopnymi decyzjami zanim zostanie określony kształt systemu ROP w Polsce. Jest to zrozumiałe, w krótkiej perspektywie. W dłuższej perspektywie, ten kto zainwestuje w recykling tworzyw będzie wygranym.

Tworzywa sztuczne to materiał, bez którego nie ma możliwości bezpiecznego zarządzania łańcuchem logistycznym produktów żywnościowych, kosmetycznych, detergentów czy chociażby chemii budowlanej. Opakowania zabezpieczają produkty przed zmarnowaniem, ale także niekontrolowanym wydostaniem się do środowiska, umożliwiają komunikację z klientem i ułatwiają korzystanie z samego produktu. Rozsądne korzystanie ze zrównoważonych opakowań z tworzyw to kierunek do którego dążymy, wspierając producentów, wprowadzających i naszych klientów.

Jest nam niezmiernie miło, że możemy współuczestniczyć w tak ważnej inicjatywie, jaką jest Polski Pakt Plastikowy, będąc jej współzałożycielem, partnerem merytorycznym i aktywnym członkiem. Działania Paktu wpisują się w strategię polskiego biznesu, którego celem jest zarówno wypracowywanie silnej pozycji gospodarczej, jak i odpowiedzialnych inicjatyw społecznych i środowiskowych.

Dobre Praktyki

SIECI HANDLOWE I PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH

Jeronimo Martins i inni Firmy coraz częściej decydują się na wprowadzenie oznaczeń podpowiadających klientom jak poprawnie segregować opakowania po produktach.

W sieci handlowej Biedronka, na koniec 2020 roku 858 opakowań (666 w kategorii spożywczej oraz 192 w kategorii niespożywczej) zawierało opracowane przez firmę piktogramy segregacji!

Grupa Danone *Grupa spółek Danone podejmuje ważne tematy*
Grupa spółek DANONE, aktywnie angażuje się w ramach Polskiej Federacji Producentów Żywności (PFPŻ) oraz Związku Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK w dialog ze stroną rządową oraz innymi interesariuszami na rzecz reformy systemu finansowania oraz zbiórki i recyklingu odpadów opakowaniowych. Grupa spółek Danone przygotowuje opracowania oraz publicznie zabiera głos w sprawie budowy systemu finansowania zbiórki i recyklingu odpadów opakowaniowych. Spółka Żywiec Zdrój prowadzi również intensywne działania aktywistyczne na rzecz wprowadzenia systemu depozytowego dla opakowań napojowych. W zainicjowane przez spółkę działania komunikacyjne włączyli się kluczowi twórcy internetowi z zakresu ekologii, a także eksperci z zakresu zrównoważonego rozwoju Żywiec Zdrój.

Żabka i Żywiec Zdrój Żywiec Zdrój i Żabka Polska podjęły strategiczne partnerstwo deklarując wspólne działania na rzecz zamknięcia obiegu tworzyw sztucznych. Firmy wprowadziły EKOMaty – stworzone specjalnie dla nich recykloMATy, umożliwiające zbiórkę opakowań z tworzyw sztucznych i metalu. Pierwsze urządzenia stanęły przy wybranych sklepach Żabka w Poznaniu i Warszawie. Zebrany surowiec wykorzystywany jest do stworzenia nowych butelek. Klienci, którzy oddadzą plastikowe i aluminiowe opakowania po napojach do EKOMatów umieszczonych przy sklepach Żabka, mogą liczyć na dodatkowe punkty lojalnościowe w aplikacji żappka. Za każde wrzucone opakowanie otrzymają nagrodę w postaci 10 żappsów.

Żywiec Zdrój udowadnia również, że recykling plastiku ma sens, a stworzenie zamkniętego obiegu tego surowca jest możliwe, poprzez konsekwentne poszerzanie produktów w opakowaniach wykonanych w 100% z rPETu.



Żywiec Zdrój

Żywiec Zdrój zrealizował swoje zobowiązanie z 2018 roku w obszarze neutralności plastikowej – firma przy współpracy z organizacją odzysku opakowań Rekopol zebrała i poddała recyklingowi równowartość 100% wprowadzonych przez siebie na rynek w 2020 roku opakowań z tworzyw sztucznych!

Mimo, że rok 2020 spowodował reorganizację wielu planów biznesowych, największe środowiskowe zobowiązanie Żywiec Zdrój zostało zrealizowane z sukcesem. Zebrane tworzywa sztuczne przekazane zostały do recyklingu, dzięki czemu zostały ponownie przetworzone i zamknęły obieg.

Nestlé

W czerwcu 2020 wystartował projekt #RecyklingDolceGusto, w ramach którego klienci sklepu internetowego NESCAFÉ® Dolce Gusto® mogą bezpłatnie oddawać do recyklingu zużyte kapsułki po kawie.

Konsumenci, którzy chcą dołączyć do #RecyklingDolceGusto, mogą to zrobić w prosty sposób, nie wychodząc z domu. Podczas składania zamówienia online, wystarczy dodać do koszyka torbę na zużyte kapsułki, która zostanie dostarczona wraz z zamówioną kawą. Przy kolejnym zamówieniu należy umieścić w koszyku bezpłatną usługę odbioru zużytych kapsułek, a kurier, dostarczając nowe zamówienie, odbierze torbę. Mieszczą się w niej 64 kapsułki, również sama torba nadaje się do recyklingu i jest wykonana w 70% z surowców wtórnych.

GOSPODARKA ODPADAMI

PET Recycling Team Radomsko

Na początku maja 2020 roku w zakładzie recyklingu PET Recycling Team w Radomsku uruchomiono nową linię do ekstruzji rPET. Inwestycja pozwoliła na podwojenie produkcji rPET- z 15 000 do 30 000 ton rocznie. Uzyskany materiał cechuje się wysoką jakością i soso- wany jest wg zasady „od butelki do butelki”, wyłącznie do produkcji nowych opakowań.

Sinoma

Firma Sinoma, w 2020 pracowała nad rozbudową instalacji do recyklingu folii LDPE. Nowa linia ruszyła w styczniu 2021, podwajając dotychczasową moc przerobową zakładu.





6. PODNIESIENIE JAKOŚCI I EFEKTYWNOŚCI EDUKACJI KONSUMENTÓW W ZAKRESIE SEGREGACJI, RECYKLINGU, PONOWNEGO WYKORZYSTANIA I OGRANICZENIA ZUŻYCIA OPAKOWAŃ

ROLA EDUKACJI KONSUMENTÓW W ZAMYKANIU OBIEGU

Konsumenci odgrywają ważną rolę w systemie gospodarki odpadami. Szacuje się, że poziomy recyklingu dla odpadów zbieranych selektywnie są aż 10 razy większe niż dla surowców odzyskanych ze strumienia odpadów zmieszanych¹¹. Dlatego tak ważna jest dziś edukacja i budowanie świadomości konsumentów w zakresie prawidłowej segregacji.

Bez zaangażowania konsumentów, zamknięcie obiegu dla opakowań z tworzyw sztucznych nie jest możliwe.

ROZUMIENIE EDUKACJI KONSUMENCKIEJ PRZEZ PAKT PLASTIKOWY

Członkowie Paktu Plastikowego od lat z sukcesem prowadzą kampanie edukacyjne związane z ochroną środowiska i prawidłowym postępowaniem z odpadami. Rolą Polskiego Paktu Plastikowego, jest troska, o to, aby jakość i efektywność prowadzonych działań edukacyjnych w zakresie zamykania obiegu na rynku była jak najwyższa, wpływając bezpośrednio na zmniejszenie ilości wytwarzanych odpadów i jakość surowców przeznaczonych do recyklingu.

Pakt pracować będzie nad wytycznymi, które pozwolą na zmierzenie efektywności prowadzonych kampanii edukacyjnych, a także stworzy bazę dobrych praktyk w tym zakresie, upowszechniając zdobyte doświadczenie. Pakt skupi się również na identyfikacji obszarów tematycznych, gdzie edukacja nie jest obecnie prowadzona, a jest istotna z punktu widzenia zamykania obiegu.

KLUCZOWE OBSZARY EDUKACJI W PAKCIE PLASTIKOWYM

Mając na uwadze hierarchię postępowania z odpadami i zasadę 3R gospodarki o obiegu zamkniętym, kluczowymi obszarami edukacji są:

- dążenie do zmian w nawykach konsumentów poprzez promowanie minimalizacji wykorzystania opakowań,
- zachęcanie do korzystania z opakowań wielokrotnego użytku (przy jednoczesnym tworzeniu nowych rozwiązań dedykowanych konsumentom w tym zakresie),
- promowanie nowych, nieznanych dotąd konsumentom rozwiązań (np. opakowania o wysokiej zawartości surowców wtórnych),
- kontynuacja edukacji w zakresie właściwego postępowania z odpadami i promocja zbiórki selektywnej.

¹¹ Tworzywa Sztuczne w Obiegu Zamkniętym Analiza sytuacji w Europie, Plastics Europe

Dobre Praktyki

SIECI HANDLOWE I PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH

Żywiec Zdrój Firma Żywiec Zdrój prowadzi kampanię „Po stronie natury” mającą na celu edukację na temat systemu depozytowego oraz poprawnego sortowania butelek PET, wykorzystując hasztag #DOŻÓŁTEGOKOSZA. W 2020 r. Żywiec Zdrój i Michał Piróg przeprowadzili wspólną kampanię poświęconą edukacji na temat wprowadzenia systemu depozytowego w Polsce. To rozwiązanie, które pozwala skutecznie zwiększyć poziom odzysku i recyklingu opakowań po napojach nawet do 90%. W działania komunikacyjne włączyli się kluczowi twórcy internetowi z zakresu ekologii, a także eksperci z zakresu zrównoważonego rozwoju Żywiec Zdrój. Kampania, prowadzona w listopadzie na kanałach społecznościowych liderów opinii i kanałach własnych marki, została także wsparta działaniami z zakresu media relations.

Jeronimo Martins W sierpniu 2020 roku sieć handlowa Biedronka po raz drugi jako partner strategiczny wsparła akcję „Czyste Tatry”, organizowaną przez Stowarzyszenie Czysta Polska. „Czyste Tatry” to akcja polegająca przede wszystkim na ochronie środowiska i promocii postaw proekologicznych poprzez sprzątanie najwyższych polskich gór z pozostawianych przez turystów śmieci. W sumie, podczas całego dnia akcji zebrano aż 468,5 kg śmieci oraz 5m³ papieru!



Kaufland W 2019 r. i na początku 2020 r. Kaufland przeprowadził autorski projekt „Eko od dziecka”, w ramach którego kilkunastu wolontariuszy, pracowników Kauflandu, odwiedziło przedszkola w ośmiu miastach w Polsce i przekazało dzieciom wiedzę, jak dbać o środowisko naturalne. Nasi pracownicy – przeszkoleni wcześniej przez profesjonalną firmę zajmującą się animacjami i edukacją dzieci – prowadzili warsztaty w atrakcyjnej i zrozumiałej dla najmłodszych formie. Każdy warsztat był podzielony na trzy bloki tematyczne. W pierwszym z nich dzieci poznawały interaktywną bajkę o pikniku w lesie, z której dowiadywały się o znaczeniu segregacji śmieci dla środowiska. W kolejnym bloku mogły same nauczyć się prawidłowego sortowania odpadów do kolorowych pojemników, a zajęcia zamykało wspólne malowanie toreb wielokrotnego użytku będących ekologiczną alternatywą dla plastikowych jednorazówek. W warsztatach wzięło udział około 600 dzieci.

Ponadto sieć Kaufland regularnie zachęca klientów do ograniczenia zużycia tworzyw sztucznych, zwracając uwagę na produkty przyjazne środowisku w gazetce reklamowej sieci oraz w social mediach.

Nestlé Marka Nałęczowianka (Nestlé) zorganizowała kampanię edukacyjną „Uwierz w recykling”, której celem jest zaangażowanie konsumentów do intensywniejszych działań na rzecz przetwarzania butelek PET. Marka uświadamia, że butelki PET to nie odpad, a cenny surowiec, który można w pełni przetworzyć i wykorzystać w ponownej produkcji różnego rodzaju przedmiotów oraz opakowań.

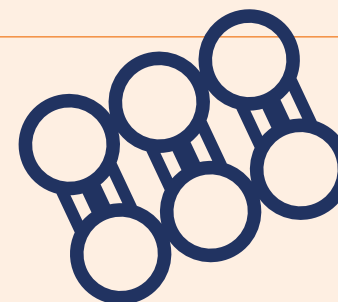
W ramach kampanii stworzono m.in. filmy pokazujące proces recyklingu butelek PET krok po kroku oraz broszurę informacyjną pt. „Wszystko, co musisz wiedzieć o plastikowych butelkach PET”, wyjaśniającą m.in. pojęcie gospodarki o obiegu zamkniętym (dostępna tutaj), ale także zbiór powszechnych mitów i faktów związanych z segregacją odpadów (dostępny tutaj). Poprzez różnorodne działania Nestlé Waters dąży do realizacji swojego zobowiązania, że do 2030 roku będzie globalnie odzyskiwać z rynku tyle butelek plastikowych, ile wprowadza na rynek.

GOSPODARKA ODPADAMI

PET Recycling Team Radomsko & Alpa PET Recycling Team Radomsko i Alpa edukują w zakresie poprawnego gospodarowania odpadami. Firmy cyklicznie goszczą uczniów szkół, firmy produkujące opakowania oraz inne zainteresowane organizacje, w celu zwiększania świadomości i zrozumienia procesu recyklingu, zachęcając do poprawnej zbiórki i zagospodarowania odpadów. Działania te, mają również na celu podniesienie poziomu selektywnej zbiórki odpadów oraz usprawnienie procesu recyklingu.

Rekopol Dzień bez śmiecenia to inicjatywa koordynowana i sponsorowana w Polsce przez Rekopol Organizację Odzysku Opakowań S.A., a wypracowana przez młodzież z kilkunastu krajów zrzeszonych w ramach międzynarodowego programu “Europejski Eko-Parlament Młodzieży”. Celem kampanii jest propagowanie prawidłowych zasad segregowania odpadów, promowanie proekologicznych postaw i ochrony środowiska. W ramach działań podejmowane są aktywności edukacyjne dla dzieci i młodzieży oraz akcje skierowane do lokalnych społeczności, (np. zbiórki butelek PET) czy też szkolenia dla pracowników firm. Dodatkowo, na stronie dzienbezsmiecenia.pl cały czas dostępne są materiały przybliżające tematykę ekologicznego sposobu życia. Współorganizatorami akcji są akcjonariusze i klienci firmy, ale każdy zainteresowany tematem recyklingu może włączyć się w organizację. Partnerami programu są United Nations Global Compact, CSR Consulting oraz Teatr Syrena.

Czternasta edycja kampanii spotkała się z zainteresowaniem ze strony mediów, przedsiębiorców, szkół i przedszkoli. O Dniu bez Śmiecenia mówiły zarówno media lokalne, jak i ogólnopolskie m.in. dziennik.pl; Qlturka, Program pierwszy polskiego radia, [Super Express](http://SuperExpress), [Polskie Radio](http://PolskieRadio), [Radio Rekord](http://RadioRekord), [Fakty Jasielskie](http://FaktyJasielskie), Wyborcza.pl i wiele innych. W sumie o Dniu bez Śmiecenia przeczytało, obejrzało i dowiedziało się **2 175 721 osób**.



Rekopol Kampania „Działaj z imPETem!” prowadzona jest przez Rekopol od 2018 roku. Przez trzy lata ukierunkowana była na celu edukację społeczeństwa w zakresie odpowiedniego postępowania z butelkami PET. Obecnie tematyka działań edukacyjnych rozszerza się na całą zawartość żółtego pojemnika.

Program „Działaj z imPETem!” skierowany jest w szczególności do dzieci i podzielony jest na kilka segmentów, możliwych do realizacji w domu i w szkole. Na stronie dzialajzimpetem.pl dostępne są materiały edukacyjne dla rodziców i nauczycieli, służące jako inspiracja do omawiania tematu recyklingu z dziećmi w różnym wieku. Realizator akcji organizuje również całoroczne programy edukacyjne dla szkół i przedszkoli oraz konkursy z atrakcyjnymi nagrodami. Rocznie w program edukacyjny dla szkół angażuje się 2 000 placówek. Od 2020 roku prowadzone są także działania do przedszkoli – w pierwszej edycji konkursu udział wzięło 1 500 przedszkoli.

Przez 3 lata trwania projektu ilości zbieranych i poddawanych recyklingowi butelek PET w systemie Rekopolu zwiększono o 38%. W programach dla szkół i przedszkoli udział wzięło 3 000 placówek, wyedukowano ponad pół miliona dzieci.

Jeronimo Martins & Rekopol Latem 2020 roku w nadmorskich miejscowościach zaproszono wczasowiczów do odwiedzin mobilnej strefy edukacyjnej zaaranżowanej w... śmieciarce. W jej wnętrzu znajdowały się jednak nie śmieci, ale interaktywna wystawa pokazująca, że odpady mogą stać się nowymi produktami. Zwiedzający strefę mogli nie tylko wejść do środka i przekonać się, co dzieje się z butelką PET w sortowni czy zakładzie przetwarzania, poznać tworzywo powstałe w procesie recyklingu butelek, ale także wejść na śmieciarkę – na górze znajdowały się taras oraz zjeżdżalnia dla najmłodszych. Śmieciarkę Miecię przez dwa tygodnie odwiedziło ponad 6 tysięcy osób.

Miecia przeniosła się do także świata wirtualnego, aby była dostępna także podczas lockdownu. Do tej pory Miecię podczas wydarzeń odwiedziło ponad 12 tysięcy osób, a online ponad 5,5 tysiąca internautów.

Miecia powstała w 2019. Jej organizatorem jest Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, a partnerem Jeronimo Martins Polska S.A.





KIERUNEK DALSZYCH DZIAŁAŃ

Raport Otwarcia Polskiego Paktu Plastikowego to pierwszy dokument, w którym określono stopień realizacji wspólnych celów strategicznych dla polskiego rynku. Jak wynika z zaprezentowanych Dobrych Praktyk, członkowie Paktu Plastikowego podejmują już od lat szereg działań, związanych z realizacją celów Paktu. Pamiętajmy, że członkowie Paktu to firmy, które już od lat podejmują liczne działania w tym obszarze a ich zaangażowanie w Pakt to wyraz większych ambicji i decyzja o inicjowaniu wspólnych projektów, niemożliwych do realizacji przez pojedyncze podmioty. Wyzwania przed jakimi stoimy są ogromne i tylko strategiczne partnerstwo z udziałem wszystkich uczestników łańcucha wartości tworzyw sztucznych

w obszarze opakowań daje nam szansę aby się z nimi zmierzyć – po to właśnie powstał Pakt jako platforma do szukania i wdrażania nowych innowacyjnych rozwiązań.

Już po analizie danych na potrzeby tego raportu widać jak wiele wciąż mamy wiele do zrobienia, aby zrealizować naszą ambitną wizję zamykania obiegu opakowań z tworzyw sztucznych na polskim rynku. W najbliższym roku będziemy koncentrować nasze działania na kilku strategicznych obszarach:

1 ANALIZA RYNKU I WERYFIKACJA FAKTYCZNYCH POZIOMÓW RECYKLINGU DLA KONKRETNÝCH RODZAJÓW OPAKOWAŃ



A. Mapowanie danych dotyczących przepływu opakowań i odpadów opakowaniowych w Polsce

w celu określenia możliwości osiągnięcia 55% poziomu recyklingu dla opakowań z tworzyw sztucznych, konieczne jest przeprowadzenie analizy danych dotyczących ich rynku. W toku swoich Prac, **Pakt Plastikowy napotkał barierę jaką jest brak dostępnych danych, pozwalających na przeprowadzenie takiej oceny**, wynikającą m.in. z niedoskonałości aktualnego systemu sprawozdawczego podmiotów wprowadzających do obrotu produkty w opakowaniach oraz recyklerów. Pierwszym krokiem w kierunku zbudowania lepszego zrozumienia rynku było sporządzenie raportu *Mapa Recyklerów*. W kolejnych miesiącach, przy współpracy z Radą Ekspertów, Pakt Plastikowy kontynuować będzie poszukiwanie danych, pozwalających na analizę potencjału podniesienia poziomów recyklingu dla opakowań z tworzyw sztucznych i w szerszym kontekście danych w całym łańcuchu wartości.

B. Cykliczna aktualizacja i rozwój lokalnej oceny poziomów recyklingu

Lokalna ocena poziomów recyklingu prowadzona dla 17 kategorii opakowań, oprócz roli jaką pełni w procesie raportowania, stanowi bardzo ważny punkt wyjścia do poszukiwania szans i barier rozwoju systemu recyklingu, dla konkretnych typów opakowań. Aktualna ocena wskazuje wyłącznie opakowania, dla których obecnie osiągany jest minimum 30% poziom recyklingu. W kolejnych etapach Pakt zidentyfikuje grupy, mieszczące się w przedziale 15-30% oraz < 15%, tak aby możliwe było określenie typów opakowań o największym potencjale do rozwoju infrastruktury do recyklingu.

C. Efektywniejszy system zbioru danych dotyczących portfolio opakowań i ich składu materiałowego

Tegoroczny proces raportowania udowodnił nam jak mało jeszcze wiemy o swoich opakowaniach. Jednym z największych wyzwań z jakim obecnie mierzy się większość firm członkowskich (choć mamy już liderów ze znakomitymi analizami w tym obszarze) jest brak wewnętrznych systemów do zbierania szczegółowych danych dotyczących opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzanych do obrotu, z uwzględnieniem ich typów, stosowanych polimerów oraz źródeł pochodzenia materiału. Dane te są niezbędne do mierzenia postępu w realizacji założonych celów, dlatego członkowie pracować będą nad systematycznym pozyskiwaniem niezbędnych informacji w swoich organizacjach. **Kompleksowa znajomość portfolio opakowań wprowadzanych do obrotu jest pierwszym krokiem, bez którego nie jest możliwe wdrażanie strategicznych zmian, pozwalających na realizację celów Paktu Plastikowego.**

2 OPRACOWANIE MAPY DROGOWEJ 2.0 I PLAN REALIZACJI INICJATYW NA NAJBLIŻSZE DWA LATA

3 TWORZENIE PARTNERSTW I POSZUKIWANIE INNOWACJI ORAZ NOWYCH ROZWIĄZAŃ DLA REALIZACJI AMBITNEJ WIZJI PAKTU

A. Identyfikacja i eliminacja wskazanych opakowań nadmiernych i problematycznych w portfolio firm członkowskich oraz nowe kierunki działań

Opublikowany raport *Opakowania Nadmierne i Problematyczne* jest drogowskazem dla Członków Paktu. **Wiemy jednak, że dziś eliminacja wszystkich opakowań wskazanych przez Pakt jako problematyczne nie jest możliwa. Dlatego tak ważne jest poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań i wdrażanie nowych modeli dostawy produktów.** Powołana grupa robocza Paktu kontynuować będzie swoje działania, aktualizując opracowaną listę, analizując alternatywy oraz rekomendacje dla wskazanych opakowań, a także rozstrzygnie kwestię klasyfikacji opakowań „pod lupą”.

B. Wdrażanie nowych rozwiązań w tym modeli ponownego użycia

Członkowie Polskiego Paktu Plastikowego wykonali dotychczas ogrom pracy związany z redukowaniem zużywanych surowców pierwotnych. Utrzymanie tendencji spadkowej w kolejnych latach będzie jednak coraz trudniejsze, ponieważ najprostsze rozwiązania już zostały kub wkrótce zostaną w pełni wdrożone. Stąd musimy sięgnąć po nowe metody- innowacyjne zmiany w produktach, pozwalające na całkowitą eliminację opakowań (np. produkty o innej niż dotychczas formule) czy zmianę opakowań jednorazowych na wielorazowe. W tym obszarze dotychczasowe działania Członków Paktu skupiły się wokół wdrażania procedur umożliwiających klientom korzystanie ze swoich

pojemników (owoce, warzywa, produkty świeże) – te działania są krokiem w dobrym kierunku. **Jednak mając na celu ambitną wizję zamknięcie obiegu opakowań z tworzyw sztucznych konieczne będą działania na znacznie większą skalę i z wykorzystaniem nowych rozwiązań.** Polski Pakt Plastikowy skupi się na identyfikacji barier i poszukiwaniu możliwości wdrażania modeli ponownego użycia w Polsce dla różnych branż.



ANEKS

METODYKA RAPORTOWANIA W POLSKIM PAKCIE PLASTIKOWYM

Metodyka raportowania w Polskim Pakcie Plastikowym są spójne z wytycznymi Fundacji Ellen MacArthur, a sposób raportowania i definicje stosowane przez Pakt są jednolite dla wszystkich organizacji będących częścią sieci Paktów Plastikowych na świecie.

Spośród 21 członków objętych obowiązkiem raportowania, w tegorocznym procesie udział wzięło 18 firm. Należy podkreślić, że nie każda z raportujących organizacji dysponowała pełnym zakresem wymaganych danych dla każdego z celów. Szczegółowe informacje dotyczące ilości raportujących organizacji podano przy raportowanych wynikach.

ZAKRES RAPORTOWANYCH DANYCH

Raportowane dane dotyczą opakowań wprowadzonych do obrotu w roku 2020 i dotyczą:

- Dla wytwórcy tworzyw sztucznych, podmiotów gospodarujących odpadami – wszystkich tworzyw sztucznych i tworzyw sztucznych wykorzystywanych do produkcji opakowań
- Dla wytwórców opakowań oraz producentów produktów w opakowaniach- jednostkowych, zbiorczych oraz transportowych opakowań z tworzyw sztucznych
- Dla sieci handlowych, podmiotów handlu detalicznego, podmiotów świadczących usługi- opakowań marek własnych, opakowań z tworzyw sztucznych stosowanych lub oferowanych jako towarzyszą-

ce produktom sprzedawanym klientom, (niezależnie od tego, czy produkty są produktami marki własnej), opakowań używanych w działalności franczyzowej

KATEGORIE OPAKOWAŃ W PAKCIE PLASTIKOWYM

Polski Pakt Plastikowy w procesie raportowania oraz pozostałych pracach analitycznych związanym z opakowaniami posługuje się podziałem na 17 kategorii, zaproponowanym przez Fundację Ellen MacArthur, spośród których 11 zaliczanych jest do opakowań sztywnych, a 6 do giętkich (tabela 1). Stosowane kategorie pochodzą ponad podział na rodzaje polimerów, uwzględniając również typy opakowań (np. butelki PET, opakowania termoformowane PET, inne sztywne opakowania

PET). Podział uwzględnia więc opakowania z perspektywy surowców znajdujących się w strumieniu odpadów i możliwości ich zagospodarowania.

WYNIKI OCENY OSIĄGANÝCH POZIOMÓW RECYKLINGU

Wyniki oceny poziomów recyklingu dla wskazanych grup opakowań przedstawiono w Tabeli 1. Wg metodyki oceny recyklowalności opakowań Fundacji Ellen MacArthur, tylko opakowania spełniające przynajmniej jedno z kryteriów (lokalne lub globalne) można uznać za nadające się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę. W 2020 roku były to więc: butelki PET, butelki i inne opakowania sztywne HDPE, butelki PP oraz folie LDPE >A4 w zastosowaniu B2B.

TABELA 1. WYNIKI OCENY POZIOMÓW RECYKLINGU GLOBALNIE I LOKALNIE ZA 2020 ROK DLA 17 KATEGORII OPAKOWAŃ

Kategoria opakowania		Czy opakowanie osiąga 30% poziom recyklingu pokonsumenckiego na rynku Paktu? <i>(kryterium lokalne)</i>	Czy opakowanie osiąga 30% poziom recyklingu pokonsumenckiego w wielu regionach, razem reprezentujących co najmniej 400 mln mieszkańców? <i>(kryterium globalne)</i>
Opakowania sztywne	PET butelki	✓	✓
	PET opakowania termoformowane	✗	✗
	PET inne, sztywne		
	HDPE butelki		✓
	HDPE inne sztywne		
	PP butelki		
	PP inne sztywne		✗
	LDPE tubki		
	PS sztywne		
	EPS sztywne		
	PVC sztywne		
	>A4 LDPE monomateriałowe w modelu B2B		✓
	>A4 LDPE monomateriałowe w modelu B2C		✗
	Inne >A4 gietkie		
	<A4 LDPE gietkie		
	<A4 PP gietkie		
	<A4 wielomateriałowe gietkie		



