

# RAPORT ROCZNY

# POLSKI PAKT PLASTIKOWY

Październik 2022

# 2021



LIDER INICJATYWY



KAMPANIA  
17. CELÓW

# SPIS TREŚCI

O raporcie »3

Polski Pakt Plastikowy i sieć Paktów Fundacji Ellen Macarthur »4

Słowo wstępne – postęp inicjatywy w 2021 roku »6

Członkowie Paktu 2021 »8

Członkowie wspierający Paktu 2021 »9

Rada ekspertów Paktu 2021 »10

Komitet sterujący Paktu »11

Mapa drogowa »12

Działania wewnętrzne Paktu »13

Streszczenie i kluczowe liczby »14

Kontekst działań »17

Portfolio opakowań członków Paktu »19

**Cel 1.** Identyfikacja i eliminacja wskazanych opakowań nadmiernych i problematycznych z tworzyw sztucznych poprzez przeprojektowanie, innowacje i alternatywne modele dostawy »21

**Cel 2.** Dążenie do zmniejszenia o 30% użycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzanych na rynek »31

**Cel 3.** 100% Opakowań z tworzyw sztucznych na polskim rynku nadaje się do ponownego wykorzystania lub recyklingu »36

**Cel 4.** Dążenie do zwiększenia udziału surowców wtórnych w opakowaniach z tworzyw sztucznych do poziomu 25% »47

**Cel 5.** Efektywne wsparcie systemu zbiórki i recyklingu opakowań, aby osiągnąć poziom recyklingu w wysokości co najmniej 55% na polskim rynku »53

**Cel 6.** Podniesienie jakości i efektywności edukacji konsumentów w zakresie segregacji, recyklingu, ponownego wykorzystania i ograniczenia zużycia opakowań »59

Kolejne kroki »63

Najważniejsze publikacje Paktu i Fundacji Ellen Macarthur »64

Aneks »66

# O RAPORCIE

**R**aport Roczny 2021 to drugie opracowanie tego rodzaju opublikowane przez Polski Pakt Plastikowy (dalej: Pakt). Ubiegłoroczny *Raport Otwarcia* określił stan początkowy inicjatywy w odniesieniu do ustalonych Celów strategicznych (do 2020 roku włącznie) oraz przedstawił działania podejmowane przez członków Paktu. *Raport Roczny 2021*, odwołując się do danych zawartych w *Raporcie Otwarcia*, ma na celu przedstawienie postępu w realizacji celów inicjatywy. Prezentuje zagregowane wyniki liczbowe firm członkowskich za 2021 rok oraz ich najlepsze praktyki, a także analizuje możliwość osiągnięcia założonych celów do 2025 roku oraz strategiczne kierunki dalszych działań Paktu.

Raport został opracowany na podstawie indywidualnych raportów firm członkowskich, sporządzonych zgodnie z wytycznymi Fundacji Ellen MacArthur. Za agregację i analizę danych odpowiada Sekretariat Polskiego Paktu Plastikowego. Jeżeli nie zaznaczono inaczej, prezentowane dane liczbowe dotyczą firm wprowadzających opakowania do obrotu, tj. producentów produktów w opakowaniach oraz sieci handlowych<sup>1</sup>.



<sup>1</sup> Szczegóły dotyczące metodyki przedstawiono w aneksie.

# POLSKI PAKT PLASTIKOWY I SIEĆ PAKTÓW FUNDACJI ELLEN MACARTHUR

## POLSKI PAKT PLASTIKOWY

Polski Pakt Plastikowy powstał we wrześniu 2020 roku jako część sieci *Plastics Pact*, stworzonej przez Fundację Ellen MacArthur. Pakt jest platformą łączącą firmy i organizacje na rzecz realizacji ambitnej wizji – wielowymiarowej zmiany obecnego modelu wykorzystywania tworzyw sztucznych w opakowaniach w Polsce, w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego. Działania Paktu skupione są wokół 6 Celów strategicznych, do których osiągnięcia wspólnie dążą członkowie inicjatywy.

## 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



## SIEĆ PAKTÓW PLASTIKOWYCH

Polski Pakt Plastikowy, będąc pierwszą inicjatywą tego rodzaju w Europie Środkowo-Wschodniej, jest częścią globalnej sieci Paktów Plastikowych koordynowanej przez Fundację Ellen MacArthur. Obecnie sieć tworzą pakt krajowe z Chile, Francji, Holandii, Kanady, Kenii, Portugalii, RPA, USA oraz Wielkiej Brytanii, a także dwa pakt regionalne: Europejski Pakt Plastikowy oraz Pakt regionu Australia, Nowa Zelandia i Oceania.

## FUNDACJA ELLEN MACARTHUR

Fundacja Ellen MacArthur została założona w 2009 roku. Celem tego międzynarodowego think-tanku jest promocja i wdrażanie gospodarki o obiegu zamkniętym poprzez publikację światowej klasy raportów, analiz i ekspertyz, popularyzację dobrych praktyk, lobbing na rzecz zamykania obiegu oraz prowadzenie działalności informacyjnej i edukacyjnej wśród przedstawicieli biznesu, organizacji pozarządowych i sektora szkolnictwa wyższego.

## RYS. 1. SIEĆ PAKTÓW PLASTIKOWYCH

źródło: <https://ellenmacarthurfoundation.org/the-plastics-pact-network>



# SŁOWO WSTĘPNE – POSTĘP INICJATYWY W 2021 ROKU

Powołanie Polskiego Paktu Plastikowego jesienią 2020 roku rozpoczęło nowy rozdział w historii działań biznesu na rzecz zrównoważonego wykorzystania tworzyw sztucznych w Polsce. Po raz pierwszy firmy z całego łańcucha wartości opakowań zawiązały partnerstwo wokół wspólnej misji zamknięcia obiegu opakowań plastikowych. Aby jej realizacja była możliwa, członkowie Paktu postawili przed sobą 6 ambitnych Celów strategicznych. Niniejszy raport prezentuje informacje na temat działań podjętych w 2021 roku oraz liczbowe wyniki realizacji celów przez członków Paktu. Choć 2021 rok był kolejnym, który upłynął pod znakiem pandemii COVID-19, wpływającej na zmianę priorytetów w działaniach biznesu, członkowie Paktu kontynuowali prace związane z transformacją opakowań. W Raporcie znajdują Państwo prawie 40 dobrych praktyk firm, pokazujących podjęte działania z zakresu zamykania obiegu opakowań z tworzyw sztucznych.

Oprócz indywidualnych prac firm, dzięki podstawom zbudowanym w pierwszym roku działania inicjatywy – powołanym i działającym Grupom Roboczym oraz systemowi raportowania i danym zebranych w pierwszym cyklu, miniony rok był czasem intensywnych prac merytorycznych w Polskim Pakcie Plastikowym.



Bezspornie jednym z najważniejszych kamieni milowych 2021 roku była publikacja *Mapy Drogowej* – dokumentu, który szczegółowo opisuje sposób, w jaki Pakt zrealizuje Cele strategiczne. Publikacja *Mapy* w symboliczny sposób zamknęła kolejny etap rozwoju inicjatywy. Szczegółowo określone kluczowe efekty i przypisane im zadania pozwalają na planowanie konkretnych działań, realizację projektów wspólnych i poszukiwanie rozwiązań (więcej o Mapie w dalszej części raportu). Oprócz prac związanych z Mapą Drogową, Pakt aktywnie działał w ramach Grup roboczych powołanych do zarządzania realizacją wspólnych Celów strategicznych Paktu. Kolejność kroków podejmowanych przez Pakt była ściśle związana z hierarchią postępowania z odpadami oraz najpilniejszymi wyzwaniem na polskim rynku.

W 2021 roku skupiono się na projektach dotyczących eliminacji opakowań problematycznych, zasad ekoprojektowania opakowań, ponownego użycia, opakowań nadających się do recyklingu, możliwości wykorzystania materiałów pochodzących z recyklingu czy analizy wiedzy konsumenckiej w obszarach działań Paktu. Kluczowymi rezultatami prowadzonych prac, udostępnionymi na rynku, są dokumenty *Kryteria klasyfikacji opakowań nadających się do recyklingu mechanicznego w praktyce i na dużą skalę* oraz *9 Złoty Zasad Projektowania*, a także – planowane do udostępnienia w czwartym kwartale 2022 roku – *Karty Opakowań Problematycznych* (więcej o publikacjach na str. 64).

Przełom 2021 i 2022 roku to również moment ukonstytuowania Rady Ekspertów Paktu – organu, który obecnie zrzesza 14 naukowców i praktyków związanych z problematyką podejmowaną przez Pakt. Rada pełni niezwykle istotną funkcję w pracach merytorycznych Paktu, wspierając Sekretariat, Grupy Robocze oraz Komitet Sterujący poprzez dzielenie się wiedzą (konsultowanie, opiniowanie dokumentów i pomysłów), a w kolejnych latach także przez wspólne poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań i wsparcie w projektach pilotażowych. Minione miesiące to również dynamiczny wzrost liczby firm członkowskich zrzeszonych w Pakcie. We wrześniu 2021 roku inicjatywę współtworzyły 22 podmioty, a dokładnie rok później grono Paktu zwiększyło się do 32 firm członkowskich oraz 2 nowych członków wspierających.

Choć partnerstwo i dialog to kluczowe ogniwa zamykania obiegu opakowań z tworzyw sztucznych, największa wartość ukryta jest we wspólnych działaniach Paktu. Do terminu realizacji Celów strategicznych pozostało trzy i pół roku. To czas, który musi zostać wykorzystany na realne działania – realizację pionierskich, wspólnych projektów oraz poszukiwanie rozwiązań, aby pokonać zidentyfikowane bariery. Niezmiennie zapraszamy do współpracy – tylko razem uda się nam zamknąć obieg!

**Sekretariat Polskiego Paktu Plastikowego**



**EWA CHODKIEWICZ**

Dyrektorka Działu Ochrony Przyrody  
Fundacja WWF Polska

## » OKIEM KOMITETU STERUJĄCEGO

Pakt plastikowy to inicjatywa wyjątkowa – łączy firmy, które na co dzień konkurują ze sobą na rynku, jednoczy je w rozwiązaniu kluczowych wyzwań związanych z wykorzystaniem tworzyw sztucznych. Cel, który przyświeca Paktowi to mądre korzystanie z plastiku, ochrona środowiska przed zanieczyszczeniem. Co jeszcze wyróżnia tę inicjatywę? Transparentność i interdyscyplinarne grono ekspertów, gwarantujące najwyższą jakość działań.

O znaczeniu tej inicjatywy świadczy między innymi skala przedsięwzięcia - Członkowie Polskiego Paktu Plastikowego w 2021 roku wprowadzili do obrotu 22% opakowań wprowadzonych do obrotu w Polsce w tym okresie.

Bardzo doceniam wysiłki Członków Paktu. Cieszę się, że w ubiegłym roku, zgodnie z hierarchią postępowania obowiązującą w modelu gospodarki o obiegu zamkniętym Pakt poświęcił się pracy nad eliminacją opakowań nadmiernych i problematycznych i ograniczeniu zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzanych na rynek. Te działania plus jasno zdefiniowane cele w zakresie recyklingu i zwiększenia udziału surowców wtórnych w opakowaniach wraz z działaniami edukacyjnymi dają ogromną nadzieję na zamknięcie obiegu na polskim rynku.

Cieszę się, że Fundacja WWF Polska bierze aktywny udział w pracach Paktu, przyczyniając się do realizacji ambitnych celów.

# CZŁONKOWIE PAKTU 2021



## PRODUCENCI OPAKOWAŃ I ICH ELEMENTÓW



## PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH



## HANDEL DETALICZNY



## GOSPODARKA ODPADAMI



## EKSPERTYZA W ZAKRESIE RYNKU OPAKOWAŃ



## NOWE ROZWIĄZANIA





# CZŁONKOWIE WSPIERAJĄCY PAKTU 2021

## ORGANIZACJE POZARZĄDOWE



## ORGANIZACJE BIZNESOWE



## JEDNOSTKI BADAWCZE





# RADA EKSPERTÓW PAKTU 2021

Rolą Rady Ekspertów jest wsparcie Lidera, Grup Roboczych oraz Komitetu Sterującego poprzez dzielenie się wiedzą (konsultowanie, opiniowanie dokumentów i pomysłów), a w kolejnych latach przez wspólne poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań oraz wsparcie w projektach pilotażowych.

## SKŁAD RADY EKSPERTÓW



prof. dr hab. inż.  
Artur Bartkowiak



dr hab. inż.  
Danuta Ciechańska



dr hab. inż.  
Dorota Czarnecka-  
Komorowska,  
prof. nadzw. PP



dr inż.  
Emilia den Boer



dr inż.  
Wojciech Hryb



dr hab.  
Ewa Jerzyk,  
prof. nadzw. UEP



dr inż.  
Agnieszka Kawecka



dr hab.  
Małgorzata  
Koszewska,  
prof. nadzw. PŁ



dr hab.  
Joanna Kulczycka,  
prof. nadzw. AGH



Julia  
Patorska



Przemysław  
Poszwa



dr inż.  
Karolina  
Wiszumirska



dr inż.  
Joanna Witczak



dr hab. inż.  
Patrycja  
Wojciechowska

# KOMITET STERUJĄCY PAKTU

Komitet Sterujący jest odpowiedzialny za strategiczny nadzór nad realizacją działań Polskiego Paktu Plastikowego. W jego skład wchodzi przedstawiciele różnych branż i grup interesariuszy. Do zadań Komitetu Sterującego należy między innymi wytyczanie strategicznych kierunków działań Paktu czy monitorowanie postępów prac Grup Roboczych. Komitet Sterujący powoływany jest na półtoraroczną kadencję.

## SKŁAD KOMITETU STERUJĄCEGO 2021/2022

Produkcja opakowań



Anita Frydrych,  
Dyrektor Działu Rozwoju  
Technologii Tworzyw  
Sztucznych i Funduszy  
Unijnych, KGL S.A.

Recykling



Mariusz Musiał,  
Dyrektor Zarządzający,  
Alpla Polska

Produkcja żywności  
i napojów



Paulina  
Kaczmarek,  
Head of Sustainability,  
Grupa Spółek Danone



Tomasz  
Korytkowski,  
Dyrektor ds. Komunikacji  
Korporacyjnej,  
Public Affairs oraz  
Zrównoważonego  
Rozwoju, Nestlé Polska

FMCG chemia & kosmetyki



Maciej Lasoń,  
Communications  
and Corporate Affairs  
Director CEE, Board  
Member, Unilever

Organizacje  
odzysku opakowań



Jakub  
Tyczkowski,  
Prezes Zarządu,  
Rekopol Organizacja  
Odzysku Opakowań

Handel detaliczny



Agnieszka Koc,  
Dyrektorka  
Ochrony Środowiska,  
Jerónimo Martins  
Polska (sieć Biedronka)



Barbara Kowalska,  
Dyrektor Działu Jakości  
i Zrównoważonego  
Rozwoju,  
Carrefour Polska

Organizacje pozarządowe  
i międzynarodowe



Ewa Chodkiewicz,  
Dyrektorka Działu  
Ochrony Przyrody,  
Fundacja WWF Polska



Kamil Wyszowski,  
przedstawiciel krajowy,  
dyrektor wykonawczy,  
UN Global Compact  
Network Poland

Lider inicjatywy



Małgorzata Greszta,  
Partner Zarządzająca,  
CSR Consulting,  
Kampania 17 Celów

# MAPA DROGOWA

Mapa Drogowa to dla Paktu kluczowy dokument, w którym szczegółowo opisano efekty i zadania, jakie należy zrealizować, aby zamknięcie obiegu opakowań z tworzyw sztucznych było możliwe, a także określono horyzont czasowy ich wykonania. Dokument w wersji 2.0 został opublikowany w marcu 2022 roku, po licznych konsultacjach z członkami Paktu, Komitetem Sterującym, Radą Konsultacyjną, Radą Ekspertów oraz niezależnymi ekspertami (w ramach procesu otwartych konsultacji).

Mapa Drogowa skierowana jest nie tylko do członków Paktu – do lektury i włączenia się w realizację zadań zapraszamy wszystkich interesariuszy. Dokument jest dostępny do pobrania [TUTAJ](#).

## KLUCZOWE EFEKTY DLA CELÓW STRATEGICZNYCH OPISANE W MAPIE DROGOWEJ

### CEL 1 CEL 2

1. Identyfikacja listy opakowań nadmiernych i problematycznych stanowiących największe wyzwanie na polskim rynku
2. Eliminacja przez członków Paktu wskazanych priorytetowych opakowań nadmiernych i opakowań problematycznych
3. Zachęcenie firm i innych podmiotów spoza Paktu do korzystania i wdrażania opracowanych przez Pakt ścieżek strategii eliminacji wskazanych opakowań nadmiernych i problematycznych
4. Zdefiniowanie strategii dla opakowań problematycznych, których w oparciu o obecną wiedzę i rozwiązania technologiczne nie można wyeliminować lub zastąpić
5. Podjęcie działań, aby zmniejszyć o 30% użycie pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzanych na rynek (rok bazowy 2018)
6. Zbudowanie lepszego zrozumienia wpływu środowiskowego opakowań w biznesie i wśród konsumentów

### CEL 3

7. Członkowie Paktu kierują się kluczowymi zasadami dotyczącymi najlepszych praktyk doboru i projektowania opakowań z tworzyw sztucznych pod kątem przydatności do recyklingu
8. Opracowanie cyklicznych ocen poziomów recyklingu dla poszczególnych grup opakowań na polskim rynku
9. Członkowie Paktu aktywnie wykorzystują różne opcje opakowań wielokrotnego użytku
10. Opracowanie jasnego stanowiska Paktu i/ lub wytycznych dotyczących opakowań kompostowalnych

### CEL 4

11. Budowanie lepszego zrozumienia uzasadnienia biznesowego wykorzystania materiałów pochodzących z recyklingu (w tym mity, bariery, korzyści) wśród Członków Paktu i interesariuszy zewnętrznych
12. Zwiększenie udziału surowców w opakowaniach z tworzyw sztucznych do poziomu 25% z uwzględnieniem różnych scenariuszy i podziałem na kluczowe kategorie opakowań
13. Opracowanie rekomendacji Paktu w odniesieniu do systemów weryfikacji i certyfikacji dla materiałów pochodzących z recyklingu
14. Budowanie świadomości konsumentów w obszarze użycia materiałów z recyklingu w opakowaniach

### CEL 5

15. Mapowanie danych dla łańcucha wartości opakowań i odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych na polskim rynku, jako wsparcie realizacji celów
16. Opracowanie strategii i potencjalnych scenariuszy dla osiągnięcia celu, w szerokim partnerstwie interesariuszy
17. Przeprowadzenie projektów zwiększających efektywność zbiorów i przekazywania do recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych przez Członków Paktu oraz upowszechnianie wniosków na rynku

### CEL 6

18. Analiza wiedzy i świadomości konsumentów w obszarach zainteresowania Paktu i opracowanie ścieżek dalszych działań w tym obszarze z wykorzystaniem doświadczeń i dobrych praktyk członków Paktu
19. Upowszechnienie kodeksu dobrych praktyk komunikacji na temat rozwiązań zastosowanych w opakowaniach i ich wpływu na środowisko
20. Wprowadzenie rozwiązań ułatwiających konsumentowi odpowiedni sposób segregacji odpadów opakowaniowych i minimalizację ich wykorzystania opakowań

# DZIAŁANIA WEWNĘTRZNE PAKTU

## GRUPY ROBOCZE PAKTU

Grupy Robocze to zespoły składające się z przedstawicieli firm członkowskich, Rady Ekspertów oraz członków wspierających Paktu, którzy wspólnie poszukują rozwiązań oraz wypracowują rekomendacje i materiały wspierające realizację Celów strategicznych inicjatywy. Aktualnie w ramach Paktu funkcjonuje 6 Grup Roboczych ds.:

- opakowań nadmiernych i problematycznych,
- opakowań nadających się do recyklingu,
- opakowań wielokrotnego użytku,
- surowców wtórnych,
- edukacji konsumentów,
- komunikacji.

W sumie w prace Grup zaangażowanych jest aż 62 specjalistów. Więcej o działaniach podejmowanych przez zespoły można znaleźć w rozdziałach nt. Celów strategicznych Paktu (str. 21-62). Z kolei przyszłe projekty Grup Roboczych opisano w *Kolejnych Krokach* na str. 63.

## WYMIANA WIEDZY I DOŚWIADCZEŃ

Rolą Paktu, jako platformy łączącej interesariuszy z całego łańcucha wartości opakowań, jest również zapewnienie przepływu informacji pomiędzy jego członkami. Jedną z inicjatyw w tym zakresie jest organizowana cyklicznie *Giełda Rozwiązań*, w ramach której członkowie mogą dzielić się swoimi praktykami i innowacjami wspierającymi zamykanie obiegu opakowań

z tworzyw sztucznych. W minionym roku w ramach Giełdy zaprezentowano 11 innowacyjnych rozwiązań. Dodatkowo organizowane są *Webinaria Wiedzowe*, które dostarczają członkom Paktu najważniejszych informacji na temat opakowań i odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych. W minionym roku zrealizowano spotkania tematyczne takie jak: *Strategia zamknięcia obiegu opakowań giętkich z tworzyw sztucznych – prezentacja raportu Fundacji Ellen MacArthur, Odpady jako zasoby* oraz *Certyfikacja tworzyw sztucznych*.



# STRESZCZENIE I KLUCZOWE LICZBY

**247,3  
tysięcy ton**

masa opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzonych do obrotu przez członków Polskiego Paktu Plastikowego w 2021 roku.

Członkowie Paktu odpowiadają za

**22%** opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzanych do obrotu na polskim rynku.

Dzięki zaangażowaniu firm, które w minionym roku pracowały nad systemami zbierania danych dotyczących opakowań, Pakt **po raz pierwszy publikuje dane dotyczące struktury opakowań** z tworzyw sztucznych wprowadzanych do obrotu.

W tegorocznym procesie raportowania zgłoszonych zostało **aż 80 dobrych praktyk** w zakresie działań członków na rzecz Celów strategicznych Paktu.

CEL 1



Wśród 6 opakowań nadmiernych zidentyfikowanych przez Pakt najczęściej wprowadzanymi do obrotu przez członków inicjatywy są: **folia stretch, folia w opakowaniach zbiorczych, nadmierne opakowania pośrednie i bezpośrednie**<sup>2</sup>.

Działania związane z redukcją opakowań nadmiernych zaraportowane przez 13 firm wprowadzających opakowania do obrotu:

**27** działań podjętych do 2021 roku włącznie,  
**38** działań zaplanowanych w najbliższych latach.

**Od 2 do 5 z 13 firm posiada w swoim portfolio opakowania problematyczne, do których wyeliminowania Pakt dąży do końca 2023 roku.**

Wszystkie firmy zadeklarowały działania mające na celu jak najszybszą eliminację opakowań problematycznych.

Działania związane z eliminacją opakowań problematycznych zaraportowane przez 13 firm wprowadzających opakowania do obrotu:

**38** działań podjętych do 2021 roku włącznie,  
**72** działań zaplanowanych w najbliższych latach.

<sup>2</sup> To między innymi produkty, w których wewnątrz opakowania każda porcja produktu pakowana jest odrębnie (np. torebki na herbatę, czekoladki, ciasteczka) oraz opakowania jednostkowe z papieru, dodatkowo opakowane folią np. kremy, herbaty.



**CEL 2**

**11,11%** – spadek zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych w stosunku do roku bazowego 2018. Porównując uzyskany wynik z danymi za 2020 rok, spadek w ciągu ostatniego roku wyniósł jedynie 0,02 punktu procentowego, co wskazuje na konieczność znacznego przyspieszenia działań.

Najczęściej firmy redukują pierwotne tworzywa sztuczne poprzez obniżenie masy opakowań (np. poprzez zmniejszenie grubości czy rezygnację z elementów opakowań). Aby osiągnąć cel, **konieczne jest sięgnięcie po nowe rozwiązania.**

**CEL 3**

**43%** – udział opakowań nadających się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę w Polskim Pakcie Plastikowym.

W Pakcie opakowanie można uznać za nadające się do recyklingu, jeśli potwierdzone jest istnienie i efektywne funkcjonowanie całego systemu jego zagospodarowania. Uzyskany wynik wskazuje na pilną potrzebę wyeliminowania opakowań nadmiernych i problematycznych, rozwoju systemu zagospodarowania poszczególnych kategorii opakowań z tworzyw sztucznych oraz wdrażania zmian w zakresie projektów opakowań, m.in. poprzez stosowanie *9 Złoty Zasad Projektowania*.

**9 z 11 firm wprowadzających opakowania do obrotu posiada i stosuje firmowe wytyczne dotyczące ekoprojektowania opakowań.**

**4 z 13 firm testuje lub planuje wdrożenie opakowań wielokrotnego użytku.**



**CEL 4**

**8,76%** – średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu.

Jest to wzrost o 3,35 punktu procentowego w odniesieniu do 2020 roku. W przypadku grupy firm raportujących w 2020 i 2021 roku (7 podmiotów), masa surowców wtórnych stosowanych w opakowaniach wzrosła o 50% (z 9 962,6 ton w 2020 roku do 14 973,4 ton w 2021 roku). Utrzymanie tak wysokiej dynamiki wzrostu pozwoliłoby na osiągnięcie celu zgodnie z planem – aby było to możliwe konieczna jest jednak praca w całym łańcuchu wartości.

**10,78%** – średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach producentów opakowań w Pakcie.

Zawartość recyklatów w opakowaniach wzrosła w 2021 roku aż o 4,5 punktu procentowego względem 2020 roku. Dla grupy firm raportujących w 2020 i 2021 roku ilość recyklatów w opakowaniach podwoiła się. Producenci opakowań dostrzegają konieczność zastępowania surowców pierwotnych surowcami wtórnymi, jednocześnie zwracając uwagę, że obecnie jest to niezwykle trudne zadanie wiążące się z wieloma wyzwaniami systemowymi.

**6%** – średni udział recyklatów pokonsumenckich w opakowaniach w Polsce (2020 rok)<sup>3</sup>.

**8,2%** – udział recyklatów w opakowaniach sygnatariuszy Global Commitment (2020 rok)<sup>4</sup>.

Wyniki raportowane przez członków Paktu wykraczają poza średnią na polskim rynku oraz wyniki raportowane przez firmy globalnie.

**CEL 5**

**31,5%** – poziom recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce<sup>5</sup>.

Osiągnięcie założonego celu na poziomie 55% stanowić będzie duże wyzwanie m.in. z powodu silnej zależności od uwarunkowań prawnych i systemu sprawozdawczego w Polsce. Z tego powodu Pakt w swoich działaniach skupi się na mapowaniu i analizie danych dotyczących opakowań i odpadów opakowaniowych, prowadzeniu badań i analiz w obszarach, w których brakuje danych oraz realizacji wspólnych projektów pilotażowych.

**CEL 6**

**32** – projekty edukacyjne w obszarze celów Paktu zostały zrealizowane w 2021 roku przez firmy członkowskie.

W podejmowanych działaniach edukacyjnych firmy skupiały się najczęściej na następujących obszarach tematycznych: prawidłowa segregacja odpadów, odpady jako surowce oraz rola procesu recyklingu, ochrona środowiska, surowce wtórne oraz gospodarka obiegu zamkniętego.

<sup>3</sup> Plastics Europe, *Tworzywa sztuczne w obiegu zamkniętym Polska 2020*, <https://plasticseurope.org/pl/knowledge-hub/tworzywa-sztuczne-w-obiegu-zamknietym-polska-2020/>, [dostęp: 1.09.2022].

<sup>4</sup> *The Global Commitment 2021 Progress Report*, Ellen MacArthur Foundation, <https://emf.thirdlight.com/link/n1ipti7a089d-ekf911/@/preview/1?o>, [dostęp 1.09.2022].

<sup>5</sup> Dane za 2019 rok, Eurostat, *Packaging waste statistics*, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging\\_waste\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging_waste_statistics), [dostęp 1.09.2022].

# KONTEKST DZIAŁAŃ



<sup>6</sup> Tworzywa sztuczne w obiegu zamkniętym Polska 2020, Plastics Europe, <https://plasticseurope.org/pl/knowledge-hub/tworzywa-sztuczne-w-obiegu-zamknietym-polska-2020/>, [dostęp: 28.08.2022].

<sup>7</sup> Ibidem.

<sup>8</sup> Według danych ze sprawozdań organizacji odzysku za 2020 rok, Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, 2021.

<sup>9</sup> Mapa Recyklerów, Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, 2021. Raport dostępny wyłącznie dla członków Polskiego Paktu Plastikowego.

<sup>10</sup> Ibidem.

<sup>11</sup> Rozumiana jako masa odpadów selektywnie zebranych w stosunku do masy całkowitej zebranych odpadów z tworzyw sztucznych, [w:] *Gospodarka odpadami komunalnymi w Polsce. Analiza możliwości i barier zagospodarowania odpadów z tworzyw sztucznych, pochodzących z selektywnego zbierania odpadów komunalnych, a kwestie GOZ*, Instytut Ochrony Środowiska-Państwowy Instytut Badawczy, 2021, [https://ios.edu.pl/wp-content/uploads/2022/02/56280-55941\\_tworzywa\\_sztuczne\\_6.pdf](https://ios.edu.pl/wp-content/uploads/2022/02/56280-55941_tworzywa_sztuczne_6.pdf), [dostęp: 1.09.2022].

<sup>12</sup> Bank Danych Lokalnych, Główny Urząd Statystyczny, 2022, <https://bdl.stat.gov.pl/>, [dostęp: 26.08.2022]



**31,5%**

Poziom recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych (2019 rok)<sup>13</sup>

**↓ 1/3<sup>15</sup>**

Szacowany spadek raportowanych poziomów recyklingu po zmianie punktu pomiaru poziomu recyklingu<sup>14</sup>

**81%**

Polaków uważa za ważne lub bardzo ważne, aby producenci stosowali w produkcji towarów odzyskane materiały<sup>18</sup>

**6%**

Średni udział recyklatów pokonsumenckich w opakowaniach z tworzyw sztucznych w Polsce<sup>16</sup>

**735 950 ton** szacunkowe

**1 612 000 ton** wg zezwoleń

Moce przerobowe zakładów recyklingu tworzyw sztucznych: szacunkowe vs. wynikające z zezwoleń (zakłady odpowiadające za 95% mocy przetwórczych w Polsce)<sup>17</sup>

<sup>13</sup> Packaging waste statistics, Eurostat, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging\\_waste\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging_waste_statistics), [dostęp: 1.09.2022]

<sup>14</sup> Zgodnie z Decyzją Wykonawczą Komisji (UE) 2019/665 z dnia 17 kwietnia 2019 roku

<sup>15</sup> Grant A. i in., *Polska Rozszerzona odpowiedzialność Producenta. Opracowanie Systemu ROP dla Polski*, 2021, <https://www.eunomia.co.uk/reports-tools/polish-translation-poland-extended-producer-responsibility-designing-an-epr-scheme-for-poland/> [dostęp: 1.09.2022].

<sup>16</sup> *Mapa Recyklerów*, Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, 2021. Raport dostępny wyłącznie dla członków Polskiego Paktu Plastikowego.

<sup>17</sup> *Tworzywa sztuczne w obiegu zamkniętym Polska 2020*, Plastics Europe, <https://plasticseurope.org/pl/knowledge-hub/tworzywa-sztuczne-w-obiegu-zamknietym-polska-2020/>, [dostęp: 28.08.2022].

<sup>18</sup> *The Circular Voice – opinie 5000 konsumentów na temat produktów i materiałów cyrkularnych*, Stena Recycling, 2022, [https://www.stenarecycling.pl/siteassets/documents/circular-voice-stena-recycling\\_opinie-konsumentow-2022.pdf](https://www.stenarecycling.pl/siteassets/documents/circular-voice-stena-recycling_opinie-konsumentow-2022.pdf) [dostęp: 1.09.2022].



# PORTFOLIO OPAKOWAŃ CZŁONKÓW PAKTU

Członkowie Polskiego Paktu Plastikowego w 2021 roku wprowadzili do obrotu około

**247,3**  
**tysięcy ton**

opakowań z tworzyw sztucznych, odpowiadając

tym samym za **22%** opakowań wprowadzonych do obrotu w Polsce w tym okresie.

Jest to wzrost o 4,9% względem masy opakowań raportowanej w 2020 roku<sup>19</sup>.

## JAKIE OPAKOWANIA FIRMY WPROWADZAJĄ DO OBROTU?

W procesie raportowania Paktu firmy członkowskie posługują się szczegółowym podziałem na 17 kategorii opakowań z tworzyw sztucznych, stosowanym przez Fundację Ellen MacArthur<sup>20</sup>. Jest to nowy, wyższy standard wykraczający znacznie poza wymogi prawa, które zobowiązują firmy jedynie do zbierania danych dotyczących całkowitej masy opakowań z tworzyw sztucznych, bez uwzględnienia rodzajów polimerów, z jakich są wykonane.

Dzięki zaangażowaniu firm, które w minionym roku pracowały nad systemami do zbierania szczegółowych danych dotyczących opakowań, Pakt po raz pierwszy publikuje dane dotyczące struktury opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzanych do obrotu przez firmy członkowskie<sup>21</sup> (rys. 2).



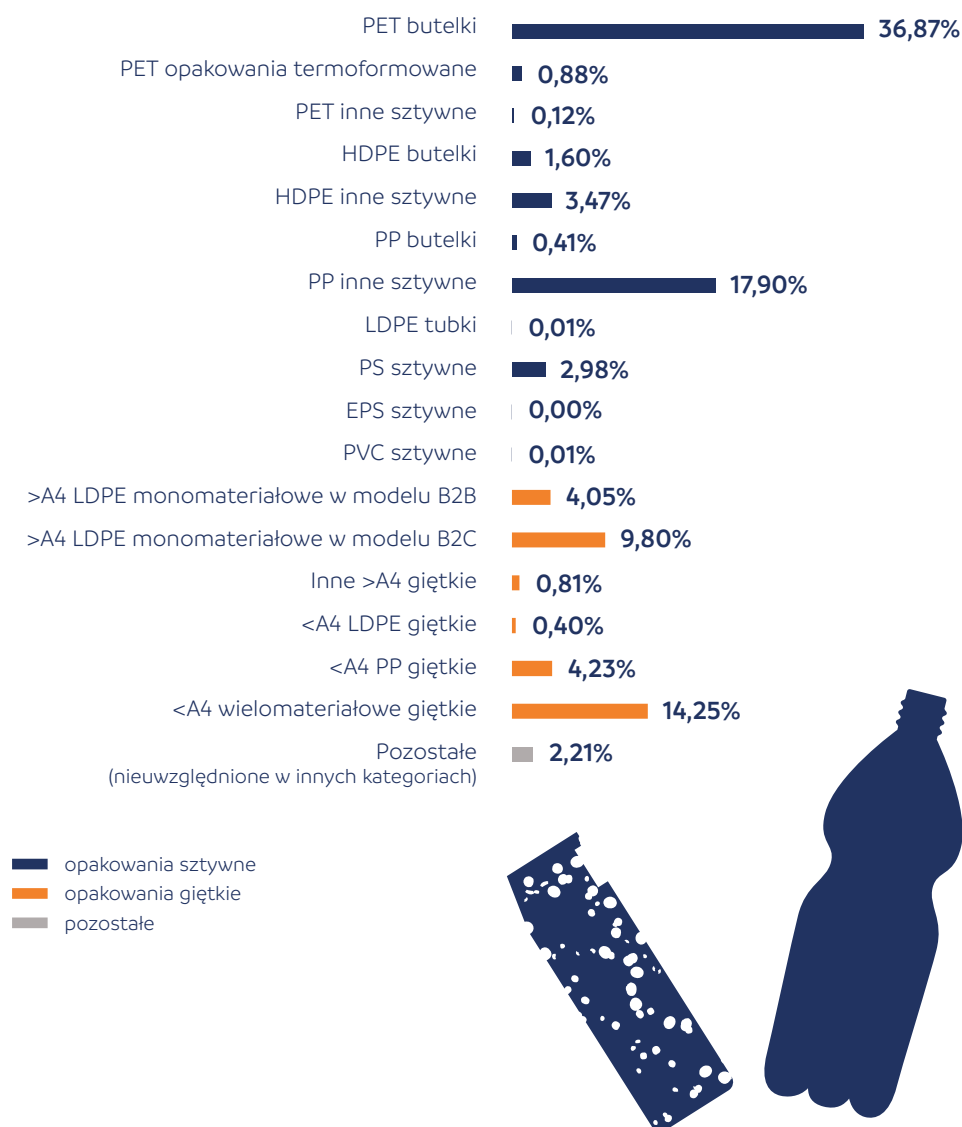
<sup>19</sup> Wzrost masy opakowań wśród firm raportujących rok do roku wynosi 3%. Pozostały wzrost masy wynika ze zwiększenia liczby raportujących firm.

<sup>20</sup> Podział na 17 kategorii opakowań wraz z przykładami przedstawiono w aneksie.

<sup>21</sup> Prezentowane portfolio dotyczy 74% opakowań wprowadzonych przez członków Paktu do obrotu przez producentów produktów w opakowaniach i sieci handlowe. Firmy wprowadzające pozostałe 26% opakowań obecnie nie dysponują szczegółowymi danymi dotyczącymi składu materiałowego opakowań.



## RYS. 2 PORTFOLIO OPAKOWAŃ Z TWORZYW SZTUCZNYCH WPROWADZANYCH DO OBROTU PRZEZ CZŁONKÓW PAKTU.



### Co wiemy o opakowaniach wprowadzanych do obiegu przez członków Paktu?

- Opakowania sztywne stanowią 64% a giętkie 34% wprowadzanych opakowań. Na szczególną uwagę zasługują opakowania giętkie jednostkowe (ok. 30%), dla których obecnie nie znajduje się efektywnego systemu zagospodarowania i które są uznawane za największe wyzwanie w zamykaniu globalnego obiegu opakowań z tworzyw sztucznych<sup>22</sup>. Wśród opakowań giętkich aż 14,25% stanowią opakowania wielomateriałowe giętkie o rozmiarze mniejszym niż format A4, które zaklasyfikowane są w Pakcie do grupy opakowań problematycznych.
- Inne materiały uznane w Pakcie za problematyczne (PVC, EPS) stanowią zaledwie 0,01% całkowitej masy wprowadzanych opakowań. Opakowania z PS, które są potencjalnie problematyczne (na liście do dalszej analizy, tzw. pod lupą) stanowią około 3%.

- Do najliczniejszych grup opakowań wg masy wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu zaliczyć można butelki PET, opakowania sztywne z PP, opakowania wielomateriałowe giętkie (<A4) oraz LDPE monomateriałowe w modelu B2C (>A4). Te cztery kategorie stanowią łącznie aż 79% opakowań wprowadzanych do obrotu przez sygnatariuszy Paktu. Zgromadzenie tych danych na strategiczne planowanie działań w obrębie najliczniejszych kategorii opakowań.

Znajomość portfolio opakowań wprowadzanych do obrotu przez członków inicjatywy to istotny kamień milowy w pracach Paktu. Pozyskane dane pozwalają na wyciąganie wniosków i planowanie działań odpowiadających na największe wyzwania stojące na drodze do osiągnięcia wspólnych celów Paktu oraz na szukania rozwiązań na rzecz zamykania obiegu dla konkretnych rodzajów opakowań.

<sup>22</sup> Flexible packaging: The urgent actions needed to deliver circular economy solutions, Ellen MacArthur Foundation, 2022, <https://ellenmacarthurfoundation.org/flexible-packaging-the-urgent-actions-needed-to-deliver-circular-economy>, [dostęp: 1.09.2022].



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

## OPAKOWANIA NADMIERNE I PROBLEMATYCZNE W PAKCIE

Eliminacja opakowań nadmiernych i problematycznych niesie za sobą szereg korzyści systemowych – pozwala na zmniejszenie masy wprowadzanych do obrotu tworzyw sztucznych, wpływa na zwiększenie poziomu recyklingu opakowań czy ogranicza przedostawanie się opakowań do środowiska. To podstawowy krok, bez którego zamknięcie obiegu opakowań nie jest możliwe. *Raport Opakowania Nadmierne i Problematyczne* z września 2021 roku (więcej o raporcie na str. 63), prezentuje 17 opakowań lub ich elementów (rys. 3), które zgodnie z przyjętymi kryteriami zostały zaklasyfikowane w Polskim Pakcie Plastikowym

jako nadmierne lub problematyczne.

W tym roku po raz pierwszy opakowania tego typu zostały włączone w proces raportowania.




Zidentyfikowane przez Pakt opakowania problematyczne i nadmierne cechują się różnym stopniem trudności w obszarze redukcji. Na liście można znaleźć zarówno opakowania, których eliminacja jest stosunkowo łatwa, jak i takie, których ograniczenie lub zastąpienie wymaga innowacji i poszukiwania nowych rozwiązań, w tym technologicznych. Dla niektórych opakowań problematycznych opracowano już na świecie innowacyjne technologie przetwórstwa i zagospodarowa-

nia, jednakże obecnie nie są one jeszcze stosowane w Polsce lub funkcjonują na niewielką skalę. Tym samym, aby osiągnąć cele wyznaczone do 2025 r. w Polsce, konieczne jest uwzględnienie modernizacji i rozwoju infrastruktury do zagospodarowania odpadów problematycznych z tworzyw sztucznych dla tych, których eliminacja jest niemożliwa.











## RYS.3 ZIDENTYFIKOWANE OPAKOWANIA PROBLEMATYCZNE I NADMIERNE.


### 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

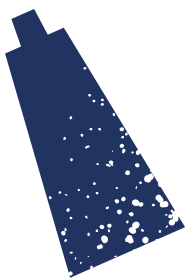
-  • Foliopaki i polybagi
-  • Folie w opakowaniach zbiorczych
-  • Folia stretch (B2B)
-  • Opakowania o nadmiernej objętości w stosunku do zawartości
-  • Nadmierne opakowania pośrednie i bezpośrednie
-  • Wieszaki dołączone do produktu



*Dowiedz się więcej*

### OPAKOWANIA NADMIERNE I PROBLEMATYCZNE

Raport Opakowania Nadmierne i Problematyczne to pierwszy efekt działań Grupy Roboczej Polskiego Paktu Plastikowego, powołanej na rzecz realizacji 1. Celu strategicznego Paktu. Oprócz listy zidentyfikowanych opakowań w raporcie można znaleźć zapis dyskusji na temat źródeł ich problematyczności oraz praktyczne wskazówki dotyczące wdrażania cyrkularnych innowacji, pomocne w poszukiwaniu nowych rozwiązań. Pakt kontynuuje prace związane z opakowaniami problematycznymi i jeszcze w 2022 roku opublikowane zostaną pierwsze trzy Karty Opakowań Problematicznych, opracowywane we współpracy z Łódzkim Instytutem Technologicznym, członkiem Sieci Badawczej Łukasiewicz.



## OPAKOWANIA NADMIERNE W FIRMACH CZŁONKOWSKICH PAKTU

Na podstawie danych zebranych do tej pory w procesie raportowania (nie wszystkie firmy zakończyły kompleksowe analizy portfolio pod kątem obecności opakowań nadmiernych i problematycznych) wiemy, że spośród zidentyfikowanych przez Pakt opakowań nadmiernych w firmach członkowskich najpowszechniej występują:

- folia stretch (11 firm),
- folie w opakowaniach zbiorczych (9 firm),
- nadmierne opakowania pośrednie i bezpośrednie (5 firm)<sup>23</sup>.

Firmy zwracają uwagę na brak alternatywnych rozwiązań dla folii stretch i folii w opakowaniach zbiorczych, pozwalających

na ich całkowitą eliminację przy zachowaniu wymaganej funkcjonalności. W efekcie powszechnie deklarowanym działaniem jest obniżanie grubości stosowanego materiału.

Kategorię opakowań, która sprawiła najwięcej trudności w procesie raportowania ze względu na brak danych, były opakowania o nadmiernej objętości w stosunku do zawartości. Jak wynika z przekazanych raportów indywidualnych, tylko jedna z organizacji posiada wewnętrzny standard regulujący wymagany minimalny poziom wypełnienia opakowań. Odpowiadając na to wyzwanie, Pakt w dokumencie *9 Złotych Zasad Projektowania* określił minimalny poziom wypełnienia opakowań giętkich na 70% (Zasada 3; więcej informacji na str. 38).

## STRATEGIE REDUKCJI OPAKOWAŃ NADMIERNYCH

Łącznie 13 raportujących firm zadeklarowało zrealizowanie 27 działań związanych z redukcją zidentyfikowanych opakowań nadmiernych do 2021 roku włącznie oraz 38 działań zaplanowanych w kolejnych latach (rys. 4). Najczęściej wybieranymi kierunkami

redukcji okazały się obniżanie masy opakowań, zastępowanie tworzyw sztucznych innymi materiałami oraz eliminacja bezpośrednia opakowań. Wdrażanie rozwiązań wielokrotnego użytku czy poszukiwanie innowacji pozwalających na eliminację opakowań, to strategie obierane dziś najrzadziej.

**RYŚ.4** STRATEGICZNE KIERUNKI DZIAŁAŃ W ZAKRESIE REDUKCJI OPAKOWAŃ NADMIERNYCH W FIRMACH CZŁONKOWSKICH PAKTU.



<sup>23</sup> To m.in. opakowania produktów, które wewnątrz zawierają każdą porcję produktu pakowaną oddzielnie (np. torebki na herbatę, czekoladki, ciasteczka) oraz opakowania jednostkowe z papieru dodatkowo opakowane folią np. kremy, herbaty.

## OPAKOWANIA PROBLEMATYCZNE W FIRMACH CZŁONKOWSKICH PAKTU

Identyfikacja opakowań problematycznych w portfolio firm członkowskich stanowiła największe wyzwanie w tegorocznym procesie raportowania. Wynikało to przede wszystkim z różnorodności opakowań, elementów opakowań oraz stosowanych substancji i form konstrukcyjnych, które zostały uznane przez Pakt za problematyczne. Na rys. 5 przedstawiono liczbę firm, które wprowadzają do obrotu opakowania problematyczne.

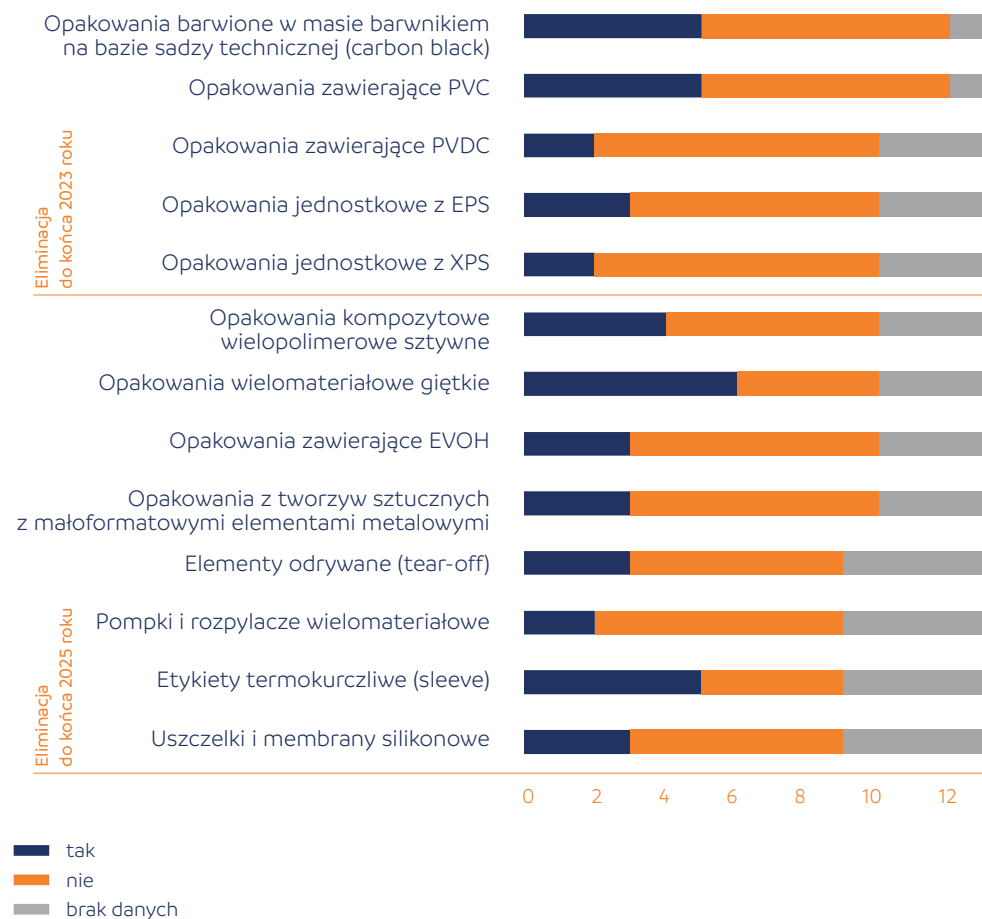
- Obecnie wszystkie zidentyfikowane opakowania problematyczne są wprowadzane do obrotu przez co najmniej 2 firmy członkowskie Paktu. W kilku organizacjach nie przeprowadzono dotychczas analizy portfolio pod kątem obecności opakowań problematycznych, dlatego liczba firm może okazać się większa.
- Opakowania, do których eliminacji Pakt dąży do końca 2023 roku, były obecne w 2021 roku w portfolio od 2 do 5 raportujących firm. Wszystkie przedsiębiorstwa

zadeklarowały jednak działania mające na celu ich eliminację.

- Opakowania zawierające sadzę techniczną – 4 z 5 firm mających wskazane opakowania w swoim portfolio rozpoczęły już prace nad ich eliminacją.
- PVC – 3 z 5 organizacji raportujących obecność materiału w portfolio udało się wyeliminować go w całym portfolio oprócz jednego zastosowania, dla którego firmy aktywnie poszukują alternatywnych rozwiązań<sup>24</sup>.
- EPS – 1 z 3 organizacji wprowadzających materiał do obrotu w wyeliminowała go już we wrześniu 2021 roku.

- Identyfikacja opakowań, których eliminacja jest planowana do końca 2025 roku, stanowiła dużą trudność dla firm. Już dziś wiadomo jednak, że jednym z największych wyzwań stojących przed firmami będzie eliminacja opakowań wielomateriałowych giętkich, które obecnie wprowadzane są do obrotu przez 6 z 13 raportujących firm i stanowią ponad 14% całkowitej masy opakowań wprowadzanych przez Pakt.

## RYS.5 LICZBA ORGANIZACJI WPROWADZAJĄCYCH DO OBROTU ZIDENTYFIKOWANE OPAKOWANIA PROBLEMATYCZNE.



UWAGA: nie we wszystkich organizacjach przeprowadzono szczegółową analizę portfolio opakowań, a dane prezentowane na rys. 5 oparte są na najlepszej wiedzy firm członkowskich, jednakże mogą ulec korekcie w kolejnych latach.

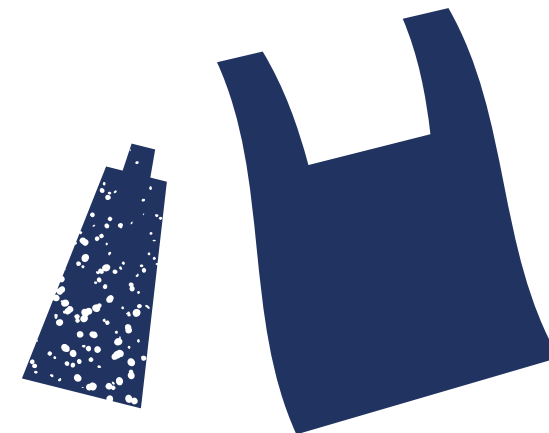
<sup>24</sup> Tymi zastosowaniami są folia owijająca opakowania pieczarek, komponent lakieru zgrzewalnego w wieczku opakowania, element opakowania wielomateriałowego.



## STRATEGIE REDUKCJI OPAKOWAŃ PROBLEMATYCZNYCH

Łącznie 13 raportujących firm zadeklarowało 38 działań związanych z redukcją zidentyfikowanych opakowań problematycznych, podjętych do 2021 roku włącznie oraz niemal dwukrotnie więcej działań (72) zaplanowanych w najbliższych latach (rys. 6). Do tej pory najczęściej wybieranymi kierunkami redukcji były strategie związane z substytucją tworzywa problematycznego lub przeprojektowanie opakowań w celu zapewnienia ich monomateriałowości. Te kierunki działań są również najczęściej deklarowane

przez firmy na przyszłość. Podobnie jak w przypadku opakowań nadmiernych, strategie obierane najrzadziej lub wcale to poszukiwanie innowacji pozwalających na eliminację opakowań oraz zastępowanie opakowań problematycznych opakowaniami wielokrotnego użytku. Bardzo pozytywnym trendem jest natomiast wzrost planowanych działań związanych z bezpośrednią eliminacją opakowań problematycznych, w porównaniu do podejmowanych dotychczas. Przykłady działań podejmowanych przez firmy opisano w części poświęconej dobrym praktykom na stronach 29 - 30.



**RYŚ.6 DZIAŁANIA FIRM W ZAKRESIE ELIMINACJI OPAKOWAŃ PROBLEMATYCZNYCH.**





**TOMASZ KORYTKOWSKI**

**Dyrektor ds. Komunikacji Korporacyjnej,  
Public Affairs oraz Zrównoważonego Rozwoju  
Nestlé Polska**

## **» OKIEM KOMITETU STERUJĄCEGO**

Ambicją Nestlé jest to, by do 2025 roku wszystkie opakowania naszych produktów nadawały się do recyklingu lub ponownego użycia. Dlatego rozwijamy innowacyjne technologie, tworząc opakowania z papieru nadającego się do recyklingu, ograniczamy zawartość plastiku w opakowaniach, szerzej wykorzystujemy plastik z recyklingu, rezygnujemy z opakowań mogących utrudniać recykling, popularyzujemy opakowania wielokrotnego użytku. Aby przyspieszyć transformację w obszarze opakowań, opracowaliśmy specjalny zbiór „Złotych Zasad”. Wyznaczają one kierunek i sposób obecnego i przyszłego projektowania opakowań tak, aby nadawały się do recyklingu. „Złote zasady” stosujemy do wszystkich innowacji i renowacji opakowań naszych produktów.

Należy jednak wyraźnie zaznaczyć, że niektóre materiały wykorzystywane w przeszłości do produkcji opakowań, nie są już obecnie akceptowane i mogą utrudniać recykling. W tym celu stworzyliśmy „Listę negatywną”, czyli zestawienie materiałów i elementów opakowań problematycznych i nadmiernych, które konsekwentnie usuwamy z naszego łańcucha dostaw.

W obszarze celu 1 – identyfikacji i eliminacji opakowań nadmiernych i problematycznych z tworzyw sztucznych – samo ograniczenie zawartości elementów plastikowych w materiałach POS pozwoliło zredukować plastik o 3,4 tony. Dzięki rezygnacji z folii we wszystkich opakowaniach zbiorczych bulionów w kostkach marki Winiary, oszczędziliśmy kolejne 8 ton plastiku. Ograniczyliśmy lub zupełnie wyeliminowaliśmy przekładki z papieru lub tworzyw sztucznych, oddzielające paletę od wyrobów, na których są składowane. Rozpoczęliśmy wiele projektów, które przyczynią się do redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych oraz do zredukowania zużycia opakowań transportowych z tworzyw sztucznych. Odchodzimy od opakowań zawierających barwniki na bazie sadzy technicznej na takie, które są jej pozbawione.

Wspólnym celem jest zapewnienie przyszłości bez odpadów, dlatego nasze standardy rozszerzamy na wszystkich dostawców.

## DALSZE KROKI

Aby efektywnie realizować Cel 1., Pakt planuje podjąć następujące kroki:

### **Klasyfikacja opakowań do dalszej analizy (pod lupą)**

(zadanie 1.7)

Klasyfikacja opakowań zidentyfikowanych przez Pakt jako potencjalnie problematyczne lub nadmierne.

### **Opracowanie Kart Opakowań Problematycznych**

(zadanie 2.3)

W ramach działań Grupy Roboczej ds. opakowań problematycznych i nadmiernych w 2022 roku przy współpracy z Łódzkim Instytutem Technologicznym, należącym do Sieci Badawczej Łukasiewicz, rozpoczęto prace

nad Kartami Opakowań Problematycznych. Karty mają na celu przedstawienie możliwych scenariuszy rozwiązań dla opakowań z grupy 1 oraz pogłębienie zagadnień związanych z ich problematyką, z wykorzystaniem dobrych praktyk członków Paktu stanowiących wsparcie w szukaniu rozwiązań dla firm.

### **Indywidualne plany działania w firmach**

(zadania 2.1, 2.4 i 2.7)

Opracowanie indywidualnych planów działań członków Paktu w celu eliminacji opakowań nadmiernych i problematycznych z grupy 1 i 2 (wewnętrzne plany w firmach członkowskich).

### **Identyfikacja innych opakowań nadmiernych w firmach**

Indywidualna identyfikacja i eliminacja opakowań nadmiernych właściwych dla działalności firm, tak aby przyczynić się do całkowitej redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych (w synergii z Celem 2. Paktu).

### **Współpraca w łańcuchu wartości**

(zadanie 2.5)

Wdrażanie rozwiązań przez członków Paktu we współpracy z firmami z różnych etapów łańcucha wartości dla grupy 1 opakowań problematycznych.

### **Monitoring nowych rozwiązań**

(zadanie 4.2)

Monitoring nowych rozwiązań i współpraca z innymi interesariuszami na polskim rynku, w szczególności ze światem nauki, w celu identyfikacji możliwości technologicznych i poszukiwania alternatywnych rozwiązań.

### **Popularyzacja podejścia Paktu**

(zadanie 3.1)

Popularyzacja definicji opakowań nadmiernych i problematycznych na polskim rynku oraz promocja podejścia Paktu wśród firm i interesariuszy poza inicjatywą.

## Dowiedz się więcej

### OPAKOWANIA GIĘTKIE – WYZWANIE W ZAMYKANIU OBIEGU

Opakowania giętkie to najszybciej rosnąca kategoria opakowań z tworzyw sztucznych. Szacuje się, że stanowią one między 30% a 40% wszystkich opakowań z tworzyw sztucznych na świecie. Jednocześnie ze względu na to, że w przeważającej większości są opakowaniami jednorazowego użytku, osiągają bardzo niski poziom recyklingu (w Europie mniej niż 8%, globalnie niemalże 0%) i przyczyniają się do dużego zanieczyszczenia środowiska. W efekcie **stanowią obecnie największe wyzwanie na drodze do zamknięcia obiegu opakowań plastikowych na świecie.**

Z tego względu Fundacja Ellen MacArthur, we współpracy z ponad 100 ekspertami, opracowała wiosną 2022 roku serię raportów dotyczących opakowań giętkich. Publikacje przedstawiają strategię wraz z 21 konkretnymi i pilnymi działaniami, które muszą zostać jak najszybciej podjęte przez przedstawicieli biznesu i decydentów, aby osiągnąć znaczący postęp w realizacji założonych do 2025 roku celów.

Raporty dostępne są [TUTAJ](#).



### RYS.6 STRATEGIA DZIAŁANIA DLA OPAKOWAŃ GIĘTKICH.



#### ELIMINUJ

Eliminacja i innowacje pozwalające na rezygnację z jednorazowych opakowań giętkich muszą być pierwszą i nadrzędną częścią strategii.



#### ZAPEWNIJ CYRKULACJĘ

Dla jednorazowych opakowań giętkich, których eliminacja jest niemożliwa, konieczne jest podjęcie wszelkich wysiłków aby zapewnić ich cyrkulację.



#### SUBSTYTUCJA

Opakowaniem giętkim z papieru lub materiałem kompostowalnym, zapewniając cyrkulację.



#### RECYKLING

Zapewnienie możliwości poddania opakowania giętkiego recyklingowi.



#### POSZUKUJ INNOWACJI U ŹRÓDŁA

Choć recykling i substytucja są dziś częścią rozwiązania problemu opakowań giętkich, strategię te wiążą się z ograniczeniami z perspektywy gospodarki o obiegu zamkniętym. Stąd, ciągłe poszukiwanie innowacji u źródła jest konieczne.

# Dobre Praktyki

**Danone** Firma Danone, działając na rzecz eliminacji opakowań nadmiernych i problematycznych, przeprojektowała opakowania dwóch wersji jogurtu Activia – wyeliminowała termokurczliwą folię na kubeczkach Activii Naturalnej oraz plastikową nakładkę na Activii do picia. Usunięcie termokurczliwej folii przyniosło ze sobą dwa wyzwania – w zakresie jakości nadruku oraz zwiększenia wytrzymałości opakowania – przezwyciężone za pomocą wielokrotnego testowania różnorodnych rozwiązań i parametrów opakowań. W przypadku eliminacji plastikowej nakładki kluczowa była natomiast mitygacja ryzyka naruszenia integralności opakowania i produktu – zwiększono więc grubość wieczka. Rozwiązanie przyczyniło się do obniżenia zużycia tworzyw sztucznych.



**Jerónimo Martins Polska** Sieć sklepów Biedronka konsekwentnie realizuje zgodnie ze strategią ochrony środowiska plan identyfikacji i eliminacji opakowań nadmiernych i problematycznych. W 2021 roku zgodnie z zasadami ekoprojektowania zmodyfikowano 57 opakowań produktów marki własnej. Materiał PVC został całkowicie wyeliminowany już w 2020 roku. →

**Jerónimo Martins Polska** (c.d.) Dodatkowo w 2021 roku udało się zmienić 12 opakowań z tworzyw sztucznych barwionych w masie czarnymi lub ciemnymi barwnikami, zawierającymi pochodne sadzy, co w efekcie przełożyło się na redukcję z otoczenia 400 kg sadzy. Zgodnie ze strategią, w 2021 roku udało się wyeliminować wszystkie opakowania wykonane z ekspandowanego lub ekstrudowanego polistyrenu (XPS i EPS). Od 2021 roku został wprowadzony także nowy proces weryfikacji nowo-wprowadzanych opakowań, dzięki czemu każdy nowy produkt zostaje poddany kontroli zgodnie z siedmioma zasadami eko-projektowania grupy JMP.

**Kaufland** W ramach międzynarodowej strategii *REset Plastic*, Kaufland poszukuje rozwiązań, które pozwalają zredukować ilość plastiku, poprawić jego przydatność do recyklingu oraz umożliwić ponowne wykorzystanie. Jednym z podjętych w tym zakresie działań jest eliminacja czarnego plastiku, utrudniającego mechaniczną segregację odpadów przy użyciu podczerwieni. Kaufland wyeliminował już kolor czarny m.in. w środkach do udrażniania rur i środkach piorących marki K-Classic, a czarne tacki, w których dotychczas były pakowane produkty wegańskie i wegetariańskie marki K-take it veggie, →





**Kaufland** zastąpiono tworzywem przezroczystym. Sieć rozszerza również ofertę artykułów powstałych przy użyciu surowców wtórnych – dzięki współpracy z należącą również do Grupy Schwarz firmą PreZero, odpowiedzialną za gospodarkę odpadami, do oferty sklepów Kaufland trafiły kosze na śmieci, organizery i pojemniki do przechowywania wyprodukowane z przetworzonych odpadów plastikowych.

**KGL S.A.** Strategicznym celem firmy KGL S.A. jest wspieranie klientów w rozwoju biznesu poprzez dostarczanie zrównoważonych produktów. Dlatego od 2020 roku firma rozpoczęła proces eliminacji opakowań z folii z barwnikiem zawierającym sadzę techniczną, zastępując je opakowaniami *carbon black free*, w efekcie ułatwiając identyfikację odpadów opakowaniowych w procesie sortowania.



**LPP** Kupcy w firmie LPP codziennie otrzymują przesyłki, głównie z Azji, z próbkami materiałów czy odszytymi wstępnie modelami odzieży. Firma zachęca i edukuje swoich dostawców, by korzystali przy tym ze specjalnie zaprojektowanych bawełnianych toreb wielorazowych. Torby zaprojektowano w dwóch rozmiarach, ale skonstruowano je w taki sposób, aby móc zapakować w nie różne ilości towaru – zamiennie ten sam towar musiałby być zapakowany w kilka lub kilkanaście foliopaków. Po dostawie torby są odsyłane, poddawane praniu i ponownie wprowadzane do obiegu.

LPP zamierza pracować nad systemem działania materiałowych toreb, tak aby ilość wyeliminowanych jednorazowych opakowań plastikowych była mierzalna. W projekt zaangażowali się partnerzy z azjatyckich fabryk oraz dział zakupów LPP.

Jakie standardy przyjęto w Nestlé, aby wyeliminować opakowania problematyczne? Jak firma redukuje zużycie nadmiernych folii w opakowaniach zbiorczych?

W jaki sposób Unilever walczy z pigmentem na bazie sadzy technicznej?

Jakie działania w zakresie opakowań problematycznych i nadmiernych podejmują producenci opakowań – KGL S.A. i Alpla?

**Odpowiedzi na te pytania (i wiele więcej) znajdziesz na str. 15-16 w Raporcie Otwarcia Paktu!**





## DAŻENIE DO ZMNIEJSZENIA O 30% UŻYCIA PIERWOTNYCH TWORZYW SZTUCZNYCH W OPAKOWANIACH WPROWADZANYCH NA RYNEK



### POSTĘP W REALIZACJI CELU

W ramach Celu 2. Polskiego Paktu Plastikowego członkowie zobowiązali się do bezwzględnej redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych z surowców kopalnych o 30% w odniesieniu do ilości wprowadzanej do obrotu w 2018 roku. Realizacja tego celu jest niezwykle istotna z perspektywy wdrażania gospodarki o obiegu zamkniętym, w której sercu leży minimalizacja zużycia zasobów.

**11,11%** – spadek zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych względem roku 2018.

W 2021 roku spadek zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych względem roku bazowego 2018 wyniósł 11,11%, natomiast w 2020 roku było to 11,09%<sup>25</sup>. Poziom wykorzystania surowców pierwotnych oraz dane dotyczące całkowitej masy opakowań wprowadzonych do obrotu przedstawiono na rys. 7.

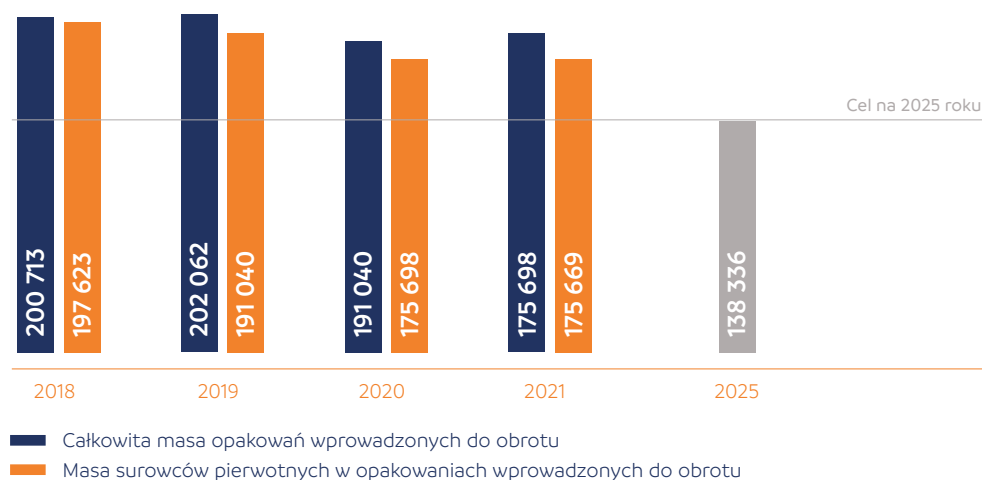
Warto zauważyć, że całkowita masa opakowań wprowadzonych do obrotu przez grupę firm raportujących dane rok do roku wzrosła o 2,5%, przy czym masa wykorzystywanych surowców pierwotnych utrzymała się na stabilnym poziomie. Związane jest to m.in. ze wzrostem wykorzystania surowców wtórnych w opakowaniach (Cel 4).

Choć obserwujemy pozytywny trend – pomimo wprowadzania większej masy opakowań, zmniejsza się zużycie surowców kopalnych, m.in. poprzez zastosowanie surowców wtórnych – to uzyskany spadek o 0,02

punktów procentowych rok do roku wskazuje na konieczność natychmiastowego i znacznego przyspieszenia działań mających na celu zmniejszenie wykorzystania surowców pierwotnych. Utrzymanie obecnej dynamiki spadku nie pozwoli bowiem na osiągnięcie założonego celu zmniejszenia użycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzanych na rynek o 30% do 2025 roku.

<sup>25</sup> Ze względu na korektę danych przekazanych za poprzednie lata przez dwie organizacje wartość wskaźnika uległa zmianie względem danych za 2020 rok, prezentowanych w Raporcie Otwarcia (z 10,78% podanych w Raporcie Otwarcia do 11,09% obecnie, po weryfikacji).

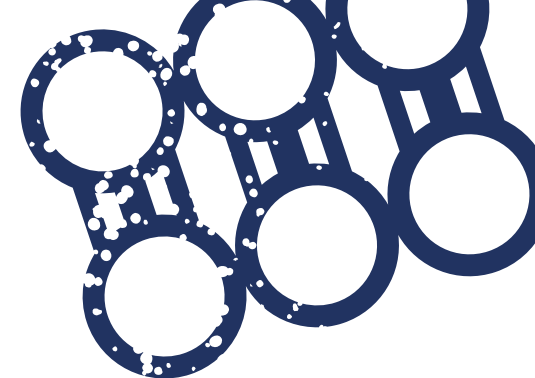
**RYS.7** ZUŻYCIE SUROWCÓW PIERWOTNYCH W OPAKOWANIACH CZŁONKÓW PAKTU PLASTIKOWEGO.



### W JAKI SPOSÓB FIRMY REDUKUJĄ ZUŻYCIE SUROWCÓW PIERWOTNYCH?

Na rys. 8 przedstawiono strategiczne kierunki wybierane przez firmy w celu redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych. Najczęściej wybieranym przez firmy sposobem jest obniżenie masy opakowań (np. poprzez zmniejszanie grubości czy rezygnację z elementów opakowań), co deklaruje 11 z 12 pytanych firm. Działania te – wdrażane z sukcesem przez firmy w ostatnich latach – mają jednak swoje granice,

po przekroczeniu których dalsze obniżanie masy opakowania (np. poprzez zmniejszanie grubości) nie jest już technicznie możliwe. Dlatego konieczne jest sięganie po nowe rozwiązania, takie jak wdrażanie innowacji w zakresie eliminacji opakowań czy stosowanie rozwiązań ponownego użycia. Obecnie są to kierunki wybierane znacznie rzadziej (odpowiednio 5 oraz 3 z 12 raportujących firm) i w większości przypadków dotyczą zmian mających wpływ na niewielką część portfolio opakowań w firmach.



**RYS.8** DZIAŁANIA PODEJMOWANE W CELU REDUKCJI ZUŻYCIA PIERWOTNYCH TWORZYW SZTUCZNYCH (N= 12 FIRM)



Jak zauważono już w Raporcie Otwarcia, aby osiągnąć założony 30% spadek zużycia surowców pierwotnych, oprócz działań podejmowanych do tej pory konieczne jest równoległe wdrażanie fundamentalnych zmian w zakresie opakowań. Przy obecnej dynamice spadku osiągnięcie założonego celu jest bowiem zagrożone.

Raporty i opracowania pomocne w podejmowaniu działań na rzecz redukcji pierwotnych tworzyw sztucznych znajdują się na stronach 63 i 64.

**AGNIESZKA KOC**

**Dyrektorka Działu Ochrony Środowiska  
Jerónimo Martins Polska**



## » OKIEM KOMITETU STERUJĄCEGO

W sieci Biedronka działamy zgodnie z przyjętą strategią ochrony środowiska, którą wdrażamy na wszystkich etapach naszej działalności. Materiały i opakowania stanowią jeden z jej filarów. W codziennej pracy projektując nowe opakowania dla naszych produktów marek własnych posługujemy się 7 zasadami ekoprojektowania: redukcja masy opakowań wszędzie tam, gdzie to możliwe; eliminacja opakowań problematycznych, stosowanie elementów z jednorodnych materiałów, umożliwiających przeprowadzenie selektywnej zbiórki i recykling; wykorzystanie surowców odnawialnych i recyklatów; dostosowanie formy opakowania tak, aby produkt został zużyty w 100 %; zapewnienie możliwości łatwego rozdzielenia komponentów w opakowaniach złożonych i ich podział na frakcje oraz stosowanie piktogramów segregacji. Dzięki tym działaniom zredukowaliśmy o 24,2% zużycie plastiku mierzonego w tonach na 1 mln euro obrotu, w porównaniu z 2018 rokiem. Patrząc na Cele Strategiczne Paktu oraz termin ich realizacji widzimy, że aby je spełnić potrzebne jest jeszcze większe zaangażowanie oraz zrozumienie tematu dotyczącego materiałów i opakowań wśród wprowadzających opakowania na rynek oraz konsumentów.

## DALSZE KROKI

Dla efektywnej realizacji Celu 2., Pakt planuje następujące kroki:

### **Sesje edukacyjne i wymiana doświadczeń**

(zadanie 5.1)

Analiza dobrych praktyk członków Paktu i przykładów działań z innych rynków oraz sesje edukacyjne mające na celu dzielenie się doświadczeniami w zakresie redukcji zużywanych pierwotnych tworzyw sztucznych.

### **Współpraca w łańcuchu wartości**

(zadanie 5.2)

Opracowywanie nowych rozwiązań i modeli współpracy pomiędzy uczestnikami łańcucha wartości, zachęcających do minimalizacji wykorzystania opakowań jednorazowych, w tym

współpraca z innymi podmiotami aktywnymi na rynku w tym obszarze oraz testowanie nowych rozwiązań.

### **Indywidualne plany firm**

(zadanie 5.3)

Ustanowienie indywidualnych, wewnętrznych planów działań w firmach w celu obniżenia zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach oraz ich realizacja (ze szczególnym uwzględnieniem opakowań nadmiernych).



# Dobre Praktyki

**Jerónimo Martins Polska** W 2021 sieć Biedronka zredukowała masę opakowań w 33 produktach marek własnych uzyskując zmniejszenie wykorzystania plastiku pierwotnego w ilości 275 ton w skali roku. Przykładem redukcji plastiku może być oferowanie klientom torebek na bagietki bez dodatkowych foliowych okienek – w ten sposób zużycie plastiku zmalało o około 7,7 ton w skali roku.

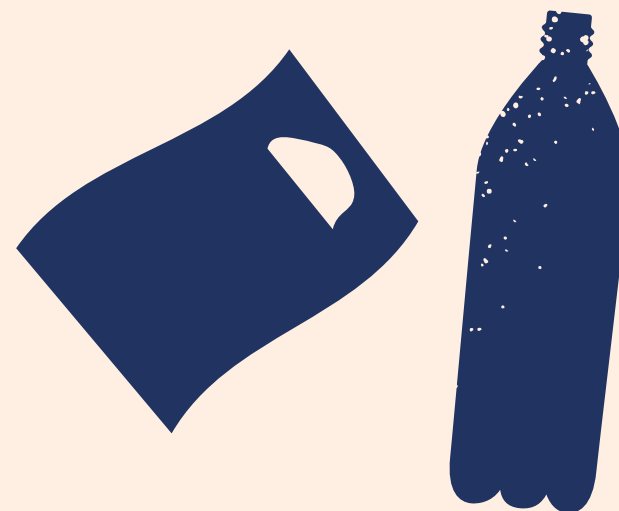
**Kaufland** Sieć Kaufland dokonała redukcji plastiku w opakowaniach na chleb krojony zmniejszając grubość stosowanych torebek. Decyzja o wykorzystaniu folii cieńszej o 5 mikronów przyczyniła się do zmniejszenia zużycia plastiku aż o 4,6 ton rocznie!

**Lidl** Realizując strategię REset Plastic, Lidl Polska w 2021 roku przeprojektował opakowanie polskich borówek 500 g, zastępując wiaderko lżejszą o 43,8% szalką. Dzięki temu tylko w 2021 roku do obrotu trafiło aż 39,8 ton plastiku mniej. Sieć wprowadziła też nowe opakowania na mięso mielone wieprzowe, co doprowadziło do redukcji zużycia plastiku aż o 73%. Obecnie ten rodzaj mięsa jest oferowany w tzw. *flowpacku*, czyli trwałej folii taśmowej, która zapewnia hermetyczne opakowanie produktu.



**LPP** Firma LPP w 2021 roku pracowała nad optymalizacją zużycia opakowań zbiorczych i transportowych w swoich Centrach Dystrybucyjnych, koncentrując się na procesie owijania folią palet transportowych. LPP zrezygnowało ze stosowanej dotychczas folii o grubości 23 mikronów – nowe rozwiązanie polega półautomatycznym owijaniu palety w magazynie folią grubości 12 mikronów (redukcja grubości o niemal 50%), ze wsparciem i użyciem folii o grubości 23 mikronów jedynie na rogach palety. Takie rozwiązanie pozwala na znaczne zmniejszenie ilości zużywanej folii stretch.

Co ważne, dzięki licznym testom różnych owijarek, firma pozyskała wiedzę i doświadczenie w obszarze nowych rozwiązań w zakresie pakowania palet. LPP podkreśla, że będzie kontynuować dalszą redukcję tworzyw sztucznych w opakowaniach zbiorczych i transportowych.





**Polska Woda** Polska Woda, działając na rzecz ograniczenia zużycia tworzyw sztucznych, w 2021 roku przeprojektowała butelki o pojemności 1 litra tak, by zmniejszyć średnicę zamknięć do butelek PET z 28mm na 26mm w części swoich produktów. Wraz ze zmianą średnicy zmniejszona została gramatura butelek, w zależności od typu, od 1 do 2 gramów. Gramatura nakrętek do butelek została zmniejszona o blisko 30% dla wody gazowanej i o ponad 50% dla wody niegazowanej. Zmiana wymagała modyfikacji w obrębie parku maszynowego – m.in. form wtryskowych do preform, form rozdmuchowych do butelek czy elementów linii nalewowych, a także zakupu kilku nowych maszyn. Wdrożone rozwiązania doprowadziły do redukcji zużycia tworzyw sztucznych o 25 ton materiału HDPE oraz 69 ton materiału PET. Firma prognozuje spodziewane zmniejszenie zużycia tworzyw sztucznych w 2022 roku na poziomie 135 ton PET oraz 56 ton HDPE.

**Żabka** Sieć Żabka wyeliminowała ze swoich sklepów nadmierne jednorazowe materiały z plastiku. Torby na zakupy (tzw. zrywki) oraz plastikowe wieczka do kubków na kawę zastąpiły biodegradowalne, papierowe odpowiedniki, co spowodowało redukcję zużycia plastiku aż o 1 000 ton rocznie. Papier zużyty do produkcji dostępnych w sieci Żabka toreb pochodzi z odnawialnych źródeł i jest oznaczony certyfikatem FSC, który jest gwarancją odpowiedzialnej gospodarki leśnej.



**Żywiec Zdrój i Żabka** Marka Żywiec Zdrój jako pierwsza w Polsce zaprezentowała w pełni transparentną, *przezroCZYSTĄ* butelkę bez etykiety, stworzoną w 100% z materiału rPET i dostępną w limitowanej serii w sieci sklepów Żabka. By wyeliminować etykietę, nazwę marki wytłoczono bezpośrednio na butelce (uwypuklone litery przy rozdmuchaniu preformy butelki), co dodatkowo pozwoliło ograniczyć ilość wykorzystanych surowców pierwotnych. Kod kreskowy oraz wszelkie niezbędne i wymagane prawnie informacje o produkcie umieszczono na naklejce na nakrętce. Projekt butelki *przezroCZYSTEj* to innowacja w zakresie butelek z tworzyw sztucznych na napoje. Wprowadzeniu butelki towarzyszyła kampania edukacyjna dla konsumentów, która osiągnęła zasięg na poziomie 19 milionów odbiorców.



Jakie rozwiązania oferują producenci opakowań – Glopac, KGL S.A. i Jokey, aby ograniczyć zużycie pierwotnych tworzyw sztucznych?

W jaki sposób Kaufland zmniejsza zużycie surowców w opakowaniach B2B?

Jak do redukcji zużycia tworzyw sztucznych podchodzi Unilever, Jerónimo Martins Polska i Danone?

**Odpowiedzi na te pytania (i wiele więcej) znajdziesz na str. 19-20 w Raporcie Otwarcia Paktu!**





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

## OPAKOWANIA NADAJĄCE SIĘ DO RECYKLINGU W PAKCIE

**43%** – udział opakowań nadających się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę w Polskim Pakcie Plastikowym<sup>26</sup>.

W tym roku Polski Pakt Plastikowy po raz pierwszy publikuje informacje dotyczące ilości opakowań nadających się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę. Uzyskany wynik 43% wszystkich opakowań pokazuje jak dużym wyzwaniem będzie osiągnięcie założonego celu do 2025 roku.

**65,3%** – udział opakowań nadających się do recyklingu wśród sygnatariuszy Global Commitment.

Ellen MacArthur Foundation, *The Global Commitment 2021 Progress Report*.

## JAK ROZUMIEĆ RAPORTOWANY WYNIK?

W globalnej sieci Paktów Plastikowych przy ocenie, czy dana kategoria opakowania poddawana jest recyklingowi w praktyce i na dużą skalę, uwzględnia się dwa kryteria:

- czy opakowanie osiąga 30% poziom recyklingu odpadów pokonsumenckich w wielu regionach, razem reprezentujących co najmniej 400 mln mieszkańców (kryterium globalne),
- czy 30% poziom recyklingu odpadów pokonsumenckich jest osiągnięty na rynku Paktu (kryterium lokalne, w Polskim Pakcie Plastikowym dotyczy Polski).

Jeśli spełnione jest kryterium globalne lub lokalne, wówczas na potrzeby raportowania przez Pakt Plastikowy można wywnioskować, że dana kategoria opako-

wania poddawana jest recyklingowi mechanicznemu w praktyce i na dużą skalę. Obecnie, zgodnie z wynikami oceny lokalnej i globalnej, do tych opakowań zaliczyć można jedynie:

- butelki PET,
- butelki i inne opakowania sztywne HDPE,
- butelki PP,
- folie LDPE monomateriałowe w modelu B2C o rozmiarze większym niż A4.

Więcej informacji na ten temat znajduje się w opracowaniu przedstawionym na kolejnej stronie.

<sup>26</sup> Dane dotyczą producentów produktów w opakowaniach i sieci handlowych. Szczegółowe dane zaraportowało 7 z 13 firm objętych obowiązkiem raportowania. Ze względu na brak danych na poziomie lokalnym dla 3 firm przyjęto wyniki raportowane globalnie na potrzeby the *Global Commitment* Fundacji Ellen Mac Arthur.

## Dowiedz się więcej

### CO TO ZNACZY: OPAKOWANIE NADAJĄCE SIĘ DO RECYKLINGU?

Problematyka opakowań nadających się do recyklingu cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem firm. Jednocześnie ze względu na brak jednolitej definicji określającej precyzyjnie wymagania dla opakowania nadającego się do recyklingu, na polskim rynku zaistniała potrzeba usystematyzowania tej kwestii.

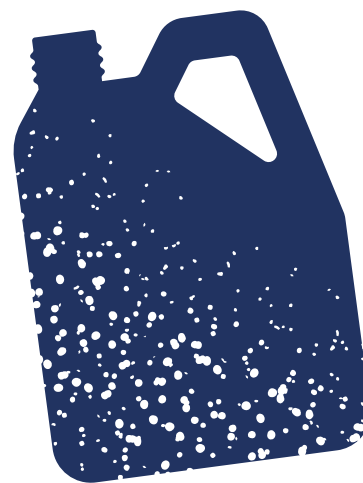
W czerwcu 2022 roku Pakt opracował dokument *Kryteria klasyfikacji opakowań nadających się do recyklingu mechanicznego w praktyce i na dużą skalę* – *podejście Polskiego Paktu Plastikowego*, który precyzyjnie i kompleksowo przedstawia definicję opakowania nadającego się do recyklingu wraz z praktyczną instrukcją przeprowadzenia oceny, zgodną z metodyką Fundacji Ellen MacArthur. Dokument ma na celu popularyzację podejścia Paktu, które wychodzi poza ramy wynikające z technicznej możliwości poddania opakowania recyklingowi. W praktyce oznacza to, że aby opakowanie można było uznać za nadające się do recyklingu, konieczne jest efektywne funkcjonowanie całego systemu zagospodarowania dla danego opakowania. Zapraszamy do zapoznania się z dokumentem, dostępnym do pobrania TUTAJ.

KRYTERIA  
KLASYFIKACJI  
OPAKOWAŃ  
NADAJĄCYCH SIĘ  
DO RECYKLINGU  
MECHANICZNEGO  
W PRAKTYCE  
I NA DUŻĄ SKALĘ

PODEJŚCIE  
POLSKIEGO PAKTU  
PLASTIKOWEGO

Wersja 1.0

Czerwiec 2022



Warto zauważyć, że osiągnięty wynik – 43% udziału opakowań nadających się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę – jest zagregowany, a między firmami występują znaczne, nawet kilkudziesięcioprocentowe, różnice w raportowanych poziomach. Ilość opakowań nadających się do recyklingu zależy bezpośrednio od kategorii opakowań, jakie organizacje posiadają w swoim portfolio. Na przykład firmy wprowadzające do obrotu głównie butelki PET mogą pochwalić się znacznie lepszym wynikiem niż firmy o różnorodnym portfolio, zawierającym opakowania, dla których nie funkcjonuje obecnie efektywny system zagospodarowania (np. jednostkowe opakowania gietkie).

Dodatkowo prezentowany wynik uwzględnia ocenę opakowań pod kątem funkcjonowania efektywnego systemu zagospodarowania odpadów opakowaniowych, działającego w praktyce i na dużą skalę. W tegorocznym procesie raportowania wśród większości organizacji nie przeprowadzono ostatniego etapu oceny, czyli analizy opakowań pod kątem zgodności z wytycznymi *RecyClass*, dotyczącymi wymogów projektowania z myślą o recyklingu. Uwzględnienie trzeciego etapu oceny mogłoby dodatkowo wpłynąć na obniżenie raportowanego wyniku. W kontekście realizacji Celu 3, nie bez znaczenia jest również otoczenie legislacyjne. Wdrożenie mechanizmu rozszerzonej odpowiedzialności producenta znacznie wsparłoby zarówno praktyki związane z ekoprojektowaniem, jak i budowanie systemów recyklingu działających w praktyce i na dużą skalę dla różnych kategorii opakowań (więcej informacji na ten temat znaleźć można przy Celu 5).

## EKOPROJEKTOWANIE

Dla wielu kategorii opakowań system recyklingu nie funkcjonuje jeszcze na tyle efektywnie, aby mogły zostać uznane za nadające się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę. Pomimo tego członkowie Paktu intensywnie pracują nad wdrażaniem najlepszych praktyk w zakresie ekoprojektowania. Przeważająca część firm członkowskich posiada i stosuje wytyczne dotyczące ekoprojektowania opakowań (wewnętrzne lub opracowane przez inne podmioty).

**9 z 11** firm posiada i stosuje firmowe wytyczne dotyczące ekoprojektowania opakowań

**5 z 11** firm korzysta z innych wytycznych dotyczących ekoprojektowania, np. branżowych (RecyClass, Golden Design Rules, EPBP etc.)

**8 z 11** firm edukuje swoich dostawców w zakresie obowiązujących w firmie wytycznych dotyczących ekoprojektowania

## Dowiedz się więcej

### 9 ZŁOTYCH ZASAD PROJEKTOWANIA

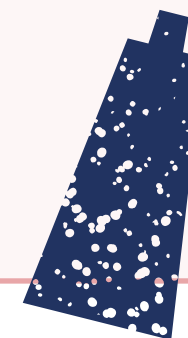
Mając na uwadze funkcjonowanie wewnętrznych wytycznych do ekoprojektowania w firmach członkowskich Paktu oraz istnienie wielu zaleceń dostępnych na rynku, Polski Pakt Plastikowy dostrzegł potrzebę harmonizacji wymogów dotyczących projektowania opakowań i upowszechniania takiego podejścia.

Z tego powodu w 2022 roku Pakt zaadaptował na potrzeby polskiego rynku 9 Złotych Zasad Projektowania, które na poziomie globalnym opracowane zostały przez The Consumer Goods Forum (CGF). Projekt został zrealizowany w międzynarodowym partnerstwie z CGF, SystemIQ i Fundacją Ellen MacArthur, a zgodność wymogów z uwarunkowaniami lokalnymi potwierdzona została przez Łódzki Instytut Technologiczny, część Sieci Badawczej Łukasiewicz, Rekopol Organizację Odzysku Opakowań oraz przedstawicieli Rady Ekspertów Paktu.

Opracowane Zasady stanowią wsparcie w realizacji Celu 3. Paktu. Dokument powstał, aby wskazać członkom Polskiego Paktu Plastikowego, ich partnerom biznesowym, a także wszystkim podmiotom, które chcą przyczynić się do zamykania obiegu opakowań, kierunek działania i najlepsze praktyki w zakresie projektowania opakowań z tworzyw sztucznych.

#### 9 Złotych Zasad Projektowania:

1. Zwiększenie przydatności do recyklingu butelek PET.
2. Eliminacja problematycznych opakowań i elementów opakowań.
3. Eliminacja pustej przestrzeni w opakowaniach o nadmiernej objętości w stosunku do zawartości.
4. Redukcja nadmiernych owijek z tworzyw sztucznych.
5. Zwiększenie przydatności do recyklingu tacek termoformowanych PET i innych opakowań termoformowanych PET.
6. Zwiększenie przydatności do recyklingu jednostkowych opakowań giętkich.
7. Zwiększenie przydatności do recyklingu opakowań sztywnych HDPE i PP.
8. Redukcja pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach B2B.
9. Umieszczenie instrukcji dotyczącej poprawnego sortowania odpadów na opakowaniu.





**DR HAB. INŻ. PATRYCJA WOJCIECHOWSKA**  
**Adiunkt, Katedra Jakości Produktów Przemysłowych**  
**i Opakowań, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu,**  
**Członkini Rady Ekspertów Polskiego Paktu Plastikowego**



## » OKIEM EKSPERTA

Ekoprojektowanie to fundament działań na rzecz wprowadzania na rynek opakowań nadających się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę lub przydatnych do ponownego użycia. Jak czytamy w Dobrych Praktykach, firmy podejmują szereg działań mających na celu poprawę przydatności swoich opakowań do recyklingu, wdrażając zmiany w zakresie stosowanych materiałów, eliminując nadmierne elementy opakowań czy opracowując wytyczne dla swoich dostawców. Oprócz szeregu korzyści jakie wynikają z wdrażania zasad ekoprojektowania (szansa na obniżenie kosztów, wpływ na zwiększenie podaży recyklatów czy przystosowanie się do nadchodzących wymogów prawnych), wdrażanie zasad ekoprojektowania może stanowić znaczące wyzwanie dla producentów opakowań. Wymienianymi przez firmy barierami są m.in. konieczność dostosowania parku maszynowego do nowych materiałów, np. recyklatów, wysokie koszty surowców alternatywnych czy trudności związane z opracowaniem materiałów o odpowiednich cechach użytkowych (np. barierowości, wytrzymałości mechanicznej), porównywalnych do materiałów stosowanych tradycyjnie. Opakowania wytwarzane zgodnie z zasadami ekoprojektowania często cechuje minimalizm i prosta forma przez co mogą być postrzegane przez konsumentów jako mniej atrakcyjne. Dlatego istotna jest odpowiednia edukacja nabywców, by w sposób świadomy wybierali rozwiązania wspierające recykling. Działania prośrodowiskowe zaczynają się na etapie projektowania, a na ich efektywność w dużej mierze wpływa konsument, który decyduje o tym jak postąpić z opakowaniem, gdy staje się ono odpadem. Z tego względu barierą jest także brak obowiązkowego, jednolitego systemu znakowania opakowań wskazującego na frakcję, do której powinny one trafić, co stanowi podstawę skutecznej i efektywnej gospodarki odpadami. Pozytywnym trendem jest dobrowolne umieszczanie znaków przez sieci handlowe i producentów, a także promocja i wsparcie tego typu rozwiązań przez Polski Pakt Plastikowy w 9 Złoty Zasadach Projektowania.

Ekoprojektowanie stanowi także odpowiedź na aktualne wytyczne na rynku wspólnotowym i kierunek obowiązkowych zmian, które zakładają, że do 2030 r. wszystkie opakowania z tworzyw sztucznych wprowadzane do obrotu mają nadawać się do recyklingu lub ponownego użycia. To również możliwość budowania wizerunku firmy zaangażowanej w działania prośrodowiskowe. ➔

➔ Oprócz działań firm w zakresie ekoprojektowania, niesłyszane ważne jest jednoczesny rozwój systemu zagospodarowania i recyklingu odpadów opakowaniowych. Tylko dwutorowe działania, obejmujące oba te obszary, pozwolą na to, aby wszystkie opakowania nadawały się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę.

Organizacje pracujące nad zmianami w zakresie opakowań dostrzegają szereg barier i szans związanych z wdrażaniem ekoprojektowania w praktyce.

| Bariery  | Szanse  |
|--|---|
| Wysokie koszty materiałów alternatywnych (np. opakowań monomateriałowych względem wielomateriałowych o tej samej barierowości, recyklatów, tworzyw sztucznych ze źródeł odnawialnych). | Możliwość nawiązania szerokiej współpracy z dostawcami opakowań, maszyn, technologii i innymi podmiotami zewnętrznymi; podjęcie działań we wspólnym celu. |
| Konieczność wdrożenia kosztownych i czasochłonnych zmian w parku maszynowym.   | Zwiększenie dostępności opakowań, które potencjalnie mogą zostać poddane recyklingowi, co wpłynie na zwiększenie podaży recyklatów.                       |
| Brak alternatyw dla niektórych opakowań lub składników opakowań problematycznych (np. EVOH, PVDC).   | Obniżenie kosztów poprzez eliminację opakowań nadmiernych.  |
| Utrzymanie pożądanych właściwości i parametrów opakowania po zmianach w zakresie ekoprojektowania.   | Pozytywny wpływ na wizerunek firmy.   |
| Zachowanie atrakcyjności opakowania zaprojektowanego zgodnie z najlepszymi praktykami ekoprojektowania dla konsumenta.   | Gotowość organizacji na zmieniające się regulacje polskie i unijne.   |
| Trudności w pomiarze całkowitego wpływu na środowisko wprowadzanych zmian w opakowaniach.  |   |





## DALSZE KROKI

OPAKOWANIA NADAJĄCE SIĘ  
DO RECYKLINGU

Definicja opakowania nadającego się do recyklingu stosowana przez Pakt zakłada istnienie efektywnie działającej infrastruktury do zagospodarowania odpadów opakowaniowych. W efekcie, aby osiągnięcie Celu 3. było możliwe, konieczna jest współpraca międzysektorowa – zarówno upowszechnienie stosowania zasad ekoprojektowania przez firmy wprowadzające opakowania do obrotu, jak i rozwój zbiórki i recyklingu odpadów opakowaniowych.

W ramach działań na rzecz zwiększenia udziału opakowań nadających się do recyklingu Pakt podejmuje następujące kroki:

### **Identyfikacja i rekomendacje dla opakowań o poziomie recyklingu w przedziałach 0-15% oraz 15-30%**

(zadanie 8.4).

Identyfikacja kategorii opakowań, których poziom recyklingu mieści się w przedziale 0-15% oraz 15-30%, wraz z opracowaniem rekomendacji działań dla członków (w szerokiej współpracy Grupy Roboczej i Rady Ekspertów).

### **Wdrożenie i promocja 9 Złotych Zasad Projektowania**

(zadanie 7.4)

Stosowanie 9 Złotych Zasad Projektowania w zakresie portfolio opakowań w firmach członkowskich oraz ich upowszechnianie w łańcuchach wartości, tak aby osiągać coraz wyższy poziom opakowań nadających się do recyklingu.



# Dobre Praktyki

## PROJEKTOWANIE Z MYŚLĄ O RECYKLINGU

**Jerónimo  
Martins  
Polska**

Sieć Biedronka konsekwentnie realizuje przyjętą strategię ochrony środowiska, której jednym z filarów jest staranny dobór materiałów do produkcji opakowań. Dlatego został opracowany manual ekoprojektowania opakowań produktów marek własnych dla wszystkich dostawców i typów opakowań dostępnych w sieci Biedronka. Dzięki manualowi wszyscy dostawcy wiedzą, jak projektować opakowania i z jakich materiałów korzystać, aby spełnić standardy wyznaczone przez zespół JMP. Wytyczne są zgodne z lokalnymi systemami recyklingu i selektywnej zbiórki odpadów, dzięki czemu opakowania projektowane są od początku z myślą o zamknięciu obiegu tworzyw sztucznych. Proces powstawania i wdrażania wytycznych był wieloetapowy i angażował zarówno specjalistów z działów Opakowań, Jakości, Zakupów i Ochrony Środowiska JMP, jak i ekspertów zewnętrznych z Łódzkiego Instytutu Technologicznego (dawniej COBRO) i jednostek certyfikujących FSC oraz PEFC. Sieć Biedronka, organizując serię szkoleń, zadbała, aby manual był jak najbardziej zrozumiały dla dostawców oraz osób zaangażowanych w proces wewnątrz firmy.



**Kaufland** Sieć Kaufland dokonała redukcji plastiku w opakowaniach na chleb krojony zmniejszając grubość stosowanych torebek. Decyzja o wykorzystaniu folii cieńszej o 5 mikronów przyczyniła się do zmniejszenia zużycia plastiku aż o 4,6 ton rocznie!

**Żabka** Żabka wdrożyła Politykę Ekoprojektowania – drogowy dowód doboru odpowiednich surowców dla opakowań marek własnych i materiałów wspierających sprzedaż. Jej fundamentem są cztery zasady: zapętlaj, redukuj, upraszczaj i komunikuj. Przygotowując opakowania sieć zwraca uwagę na wybór materiałów i stosuje te, które pochodzą z recyklingu oraz są preferowane w procesach przetwarzania. Żabka unika w produkcji opakowań kontrastowych barw, pigmentów na bazie sadzy oraz stałych, nierozzerwalnych etykiet wykonanych z tworzywa innego niż opakowanie. Dodatkowo upraszczając kształt opakowań, sieć umożliwiła ich maksymalne opróżnienie. Na opakowaniach umieszczone są piktogramy, podpowiadające konsumentom do jakiej frakcji odpadów powinny trafić po zużyciu ich zawartości. Opracowana polityka jest obecnie komunikowana partnerom biznesowym, którzy są również zachęceni do współpracy w osiągnięciu cyrkularności.



**Avery Dennison Polska** Etykiety z tworzyw Global MDO, PE i PP firmy Avery Dennison w kolorze białym i przezroczystym, które zawierają trwały klej akrylowy i pozostają na opakowaniu podczas mycia opakowań na zimno, zostały zatwierdzone przez RecyClass do recyklingu kolorowego (pigmentowanego) HDPE. Aby zapewnić rozpoznanie opakowania HDPE przez sorter NIR, etykieta powinna być wyprodukowana na bazie poliolefin, pokrywać max. 70% powierzchni opakowań o pojemności powyżej 500 ml i max. 50% powierzchni opakowań o pojemności do 500 ml. Akceptacja RecyClass dowodzi, że wyszczególnione surowce etykietowe mogą być bezpiecznie używane na opakowaniach HDPE i nie utrudniają przetwarzania w procesie recyklingu. Zaaprobowane surowce pozwalają na zwiększenie poziomów recyklingu odpadów opakowaniowych, a tym samym zmniejszenie użycia pierwotnych tworzyw sztucznych.

**KGL S.A.** Firma KGL S.A. 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 folii bazowej PE dolaminowanej do folii PET, których połączenie stanowi trudność w procesach przetwórczych. Opakowanie MONO-PET jest recyklingowalne i może być przetwarzane razem z innymi opakowaniami PET. Pierwszy typ technologii firma wdrożyła w 2020 roku, rozwijając kolejny w 2021 roku

**Polifolia** Polifolia wprowadziła politykę optymalizacji jakościowej produkowanych przez siebie pojemników, mającą na celu ułatwienie recyklingu zużytych opakowań i zmniejszenie ilości wprowadzanych do obrotu tworzyw sztucznych. Firma podjęła działania mające na celu obniżenie masy oferowanych opakowań, a także zrezygnowała z produkcji wyrobów z polistyrenu na rzecz polipropylenu przy jednoczesnym dopracowaniu konstrukcji pojemnika, tak aby jego produkcja była mniej pracochłonna i materiałochłonna. Kolejnym etapem optymalizacji jakości produktów jest standaryzacja kolorów. Przekonując klientów do zamawiania pojemników w wersji transparentnej lub białej, preferowanych w procesach recyklingu, Polifolia zmniejsza jednocześnie ilość odpadów powstających podczas czyszczenia maszyn po produkcji materiałów w innym kolorze.

**Supravis** Firma Supravis wprowadziła ekostrategię polegającą na zastąpieniu portfolio zawierającego wyroby opakowaniowe wielomateriałowe złożone z połączonych polimerów (takich jak poliamid, PET, polietylen, polipropylen do materiałów) na opakowania monomateriałowe. Jednocześnie wszelkie dodatki stosowane do produkcji materiału są redukowane do niezbędnego minimum tak, aby nie wpływały negatywnie na proces recyklingu. W celu zapewnienia przydatności do recyklingu swoich opakowań firma współpracuje również z niezależnymi organizacjami certyfikującymi.

Jakie rozwiązania w zakresie ekoprojektowania proponują swoim klientom producenci opakowań – Alpla, Aniflex i Jokey?  
Jak nad przydatnością do recyklingu opakowań pracuje Danone, Carrefour, Jerónimo Martins i Kaufland?

**Odpowiedzi na te pytania (i wiele więcej) znajdziesz na str. 26-27 w Raporcie Otwarcia Paktu!** 

## OPAKOWANIA NADAJĄCE SIĘ DO PONOWNEGO UŻYCIA

Opakowania wielokrotnego użytku ogrywają bardzo ważną rolę w zamknięciu obiegu opakowań. Niestety obecnie zarówno globalnie, jak i w Polsce, są one wciąż bardzo rzadko spotykane. Wg raportu Global Commitment za 2021 rok<sup>27</sup> opakowania wielokrotnego użytku stanowią mniej niż 2% całkowitej masy opakowań wśród międzynarodowych sygnatariuszy zobowiązania Fundacji Ellen MacArthur.

W 2021 roku firmy członkowskie Paktu podjęły działania mające na celu wdrażanie i promocję rozwiązań wielokrotnego użytku. Jednak jak wynika z danych przedstawionych w dalszej części rozdziału, takie opakowania wciąż cieszą się bardzo małym zainteresowaniem wśród organizacji wprowadzających opakowania do obrotu. W przypadku korporacji międzynarodowych zdarza się, że rozwiązania tego typu są testowane i wdrażane, jednak nie na polskim rynku.

W tabeli 1 przedstawiono kierunki działań firm w zakresie wdrażania rozwiązań wielokrotnego użytku. Obecnie najczęściej spotykane są zbiorcze i transportowe opakowania wielokrotnego użytku w łańcuchu dostaw (np. skrzynki poolingowe czy palety z tworzyw sztucznych), które zostały wdrożone w 4 firmach członkowskich Paktu. Najmniejszym zainteresowaniem cieszą się rozwiązania w modelach *zwróć z domu* oraz *zwróć poza domem*. W obu z nich

podmiotem odpowiedzialnym za zbiórkę, mycie, napełnienie i redystrybucję opakowania jest producent, co nie pozostaje bez znaczenia w kontekście wyzwań związanych z logistyką przy wprowadzaniu takiego rozwiązania.



TAB.1 DZIAŁANIA FIRM W ZAKRESIE PONOWNEGO UŻYCIA OPAKOWAŃ.

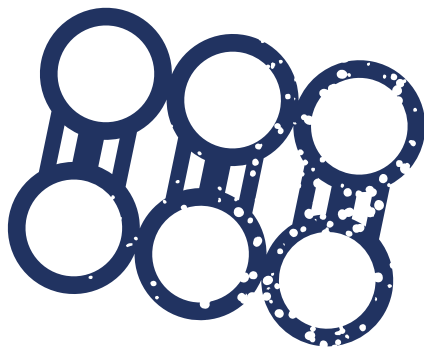
| Liczba firm (N = 11):             | Modele opakowań wielokrotnego użycia <sup>28</sup> |                     |              |                  |     |
|-----------------------------------|--|---------------------|--------------|------------------|-----|
|                                   | Napełnij w domu                                    | Napełnij poza domem | Zwróć z domu | Zwróć poza domem | B2B |
| Testujących rozwiązanie           | 1  | 2                   | 0            | 0                | 3   |
| Z wdrożonym rozwiązaniem          | 2  | 3                   | 0            | 0                | 4   |
| Planujących wdrożenie rozwiązania | 1  | 2                   | 1            | 1                | 1   |

| Przykładowe działania członków | Rozwiązania <i>refill</i> do uzupełnienia opakowania w domu np. mydło w płynie, detergenty w kostce rozpuszczalne w wodzie | Rozwiązania <i>refill</i> służące do uzupełnienia własnego opakowania w sklepie np. mydłem; sprzedaż produktów na wagę do własnych opakowań | Skrzynki poolingowe, palety transportowe |
|--------------------------------|--|---|--|
|--------------------------------|--|---|--|

<sup>27</sup> Dane dotyczą producentów produktów w opakowaniach i sieci handlowych. Szczegółowe dane zaraportowało 7 z 13 firm objętych obowiązkiem raportowania. Ze względu na brak danych na poziomie lokalnym dla 3 firm przyjęto wyniki raportowane globalnie na potrzeby the *Global Commitment* Fundacji Ellen Mac Arthur.

<sup>28</sup> Opis poszczególnych modeli znajduje się w aneksie.



## Z CZEGO WYNIKA NIEZNACZNY UDZIAŁ OPAKOWAŃ WIELOKROTNEGO UŻYTKU?

Wdrażanie rozwiązań w zakresie ponownego użycia opakowań – oprócz szeregu korzyści związanych z ograniczeniem zużycia tworzyw sztucznych – wiąże się również z wieloma wyzwaniami. Istniejące modele ponownego użycia różnią się między sobą, co powoduje, że bariery związane z ich wdrożeniem są zróżnicowane i charakterystyczne dla danego rozwiązania. Pomimo tego wyróżnić można kilka wspólnych dla wszystkich modeli przeszkód wpływających na niski udział opakowań wielokrotnego użytku na rynku:

1. Logistyka (np. zmiany w łańcuchu dostaw, wymagana dodatkowa przestrzeń magazynowa lub sklepowa, urządzenia do mycia i napełniania opakowań, organizacja systemu odbioru opakowań);
2. Wysokie nakłady inwestycyjne (np. związane z wdrożeniem systemu zbiórki, mycia i redystrybucji opakowań) w porównaniu z opakowaniami jednorazowymi;
3. Ryzyko związane z bezpieczeństwem produktu (np. mikrobiologiczne);
4. Brak *know-how* w zakresie wdrażania rozwiązań;
5. Ryzyko braku akceptacji rozwiązania ze strony konsumentów i niska konkurencyjność względem produktów w opakowaniach jednorazowych.

## DALSZE KROKI

W ramach działań na rzecz zwiększenia udziału opakowań wielokrotnego użytku Pakt podejmuje następujące kroki:

### Identyfikacja barier i szans oraz rekomendacje wdrażania opakowań wielokrotnego użytku (zadanie 9.1 i 9.4)

Kontynuacja prac Grupy Roboczej, mających na celu zbadanie barier i szans w zakresie wdrażania opakowań wielokrotnego użytku dla różnych modeli ponownego użycia; identyfikacja grup produktów, dla których opakowania wielokrotnego użytku są możliwe do szybkiego wdrożenia oraz opracowanie rekomendacji w zakresie ich implementacji.

### Projekty pilotażowe (zadanie 9.5)

Wdrożenie projektów pilotażowych wśród członków Paktu oraz upowszechnianie ich wyników.

### Promocja dobrych praktyk (zadanie 9.6)

Promocja dobrych praktyk i różnych modeli biznesowych w zakresie opakowań wielokrotnego użytku wśród członków Paktu.



# Dobre Praktyki

## PONOWNE UŻYCIE

**Alpla** Alpla wraz z Vöslauer, wiodącą marką na austriackim rynku wód mineralnych, opracowała nową butelkę zwrotną przeznaczoną do ponownego napełnienia, wykonaną z monomateriału PET, który w pełni nadaje się do recyklingu. Dzięki unikatowemu projektowi emisja dwutlenku węgla podczas produkcji opakowań została zmniejszona aż o 30%. Szacuje się, że butelki mogą przejść około dwunastu cykli użytkowania, pozostając w użyciu nawet do czterech lat. Wprowadzenie rozwiązania na austriackim rynku pozwoli zaoszczędzić rocznie około 400 ton materiału i 420 ton CO<sub>2</sub> rocznie. Opracowana technologia jest gotowa do wdrożenia w Polsce. Firma zaprasza do współpracy wszystkich producentów, którzy chcieliby zastosować to pionierskie rozwiązanie na rynku.



**Carrefour** Carrefour jako pierwsza sieć w Polsce rozpoczął testy refillomatów jeszcze w 2020 roku. Specjalne stacje w wersji 1.0 utworzone we współpracy ze startupem Swapp! stanęły w sklepach we Wrocławiu oraz w Warszawie, oferując cztery produkty marki Yope. Czas trwania pilotażowego programu pierwotnie planowano na jeden miesiąc, jednak z powodu dużego zainteresowania klientów stacje pozostają aktywne już od ponad 18 miesięcy, a Carrefour zamierza inwestować w ich dalszy rozwój. Dzięki wybraniu refillomatów klienci wyeliminowali z rynku kilka tysięcy jednorazowych opakowań.



W najnowszym Eco Barze Carrefour klienci mogą zakupić kosmetyki i środki czystości marki Yope oraz płyny do prania tkanin marki Jelp. W celu zwiększenia wygody w korzystaniu ze stacji, płatność za uzupełniony produkt można wykonać przy kasie wraz z pozostałymi zakupami. Sieć obecnie prowadzi działania na rzecz uruchomienia Eco Barów Carrefour pozwalających na uzupełnienie produktów marki własnej.



**Lidl** Lidl w ramach walki z nadmierną ilością opakowań zaprojektował detergent marki W5, wprowadzając nową wersję produktu w formie tabletek rozpuszczalnych w wodzie. Rozwiązanie wspiera wielokrotne użycie opakowań i pozwala przedłużyć żywotność posiadanych butelek z dyfuzorem nawet do 15 razy! W5 Ecoclear posiada wszystkie cechy klasycznego środka czyszczącego w sprayu, a jego opakowanie wytworzono wykorzystując 99% mniej plastiku. Tabletki dostępne są w czterech wariantach przeznaczonych do sprzątania kuchni, łazienki, mycia szyb oraz jako płyn uniwersalny do różnych powierzchni.



**Swapp!** Swapp! w swojej działalności zajmuje się rozwiązaniem problemu jednorazowych opakowań dla branży FMCG – dzięki refillom Swapp! konsument może kupić produkty do własnego opakowania lub do butelki Swapp! Reuse. Opakowania własne firmy Swapp! można napełniać minimum 30 razy. Po tym okresie mogą zostać oddane do recyklingu (Swapp!) lub wyrzucone do żółtego pojemnika na odpady. Za każdym razem, gdy konsument przyjdzie z opakowaniem Swapp! Reuse do stacji refill może wykorzystać go do zalogowania się do systemu (poprzez QR code), nalać wybrany płyn, porównać ślad węglowy tego zakupu do śladu węglowego zakupu w jednorazowym opakowaniu i śledzić jego żywotność. Opakowania są w 100% zaprojektowane z myślą o recyklingu.



# DAŻENIE DO ZWIĘKSZENIA UDZIAŁU SUROWCÓW WTÓRNYCH W OPAKOWANIACH Z TWORZYW SZTUCZNYCH DO POZIOMU 25%

## UDZIAŁ SUROWCÓW WTÓRNYCH W 2021 ROKU

Producenci produktów w opakowaniach i sieci handlowe

**8,76%** – średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez członków Polskiego Paktu Plastikowego w 2021 roku<sup>28</sup>.

**8,2%** – udział recyklatów w opakowaniach sygnatariuszy Global Commitment.

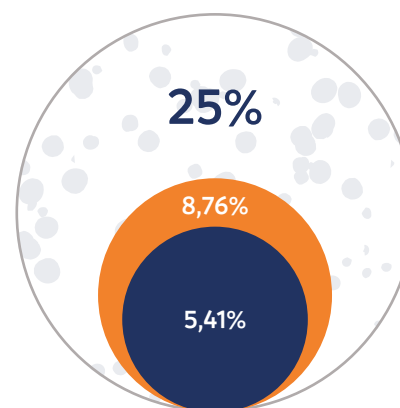
Ellen MacArthur Foundation, *The Global Commitment 2021 Progress Report*.

**6%** – średni udział recyklatów pokonsumenckich w opakowaniach w Polsce.

Plastics Europe, *Tworzywa sztuczne w obiegu zamkniętym Polska 2020*.

## RYS.9 SUROWCE WTÓRNE W OPAKOWANIACH

Średnia zawartość surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez sieci handlowe i producentów produktów w opakowaniach



**+50%** wzrost masy wykorzystywanych surowców wtórnych w organizacjach raportujących w 2020 i 2021

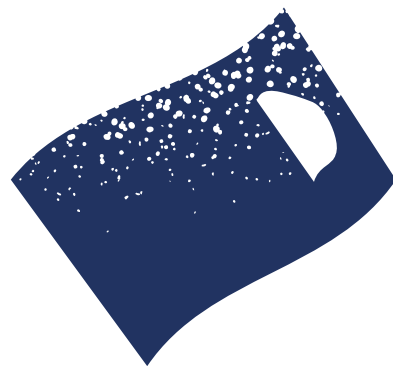
■ 2020  
■ 2021  
□ Cel na 2025



<sup>28</sup> 8% dla firm raportujących rok do roku. W 2021 roku szczegółowe dane zaraportowało 8 z 13 firm objętych obowiązkiem raportowania. Dodatkowo, ze względu na brak danych na poziomie lokalnym dla 2 firm przyjęto wyniki raportowane globalnie na potrzeby the Global Commitment Fundacji Ellen Mac Arthur. W sumie uwzględniono więc 10 firm.

Średni udział surowców wtórnych w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu wzrósł o 3,35 punktu procentowego w odniesieniu do 2020 roku, co stanowi bardzo pozytywny trend. W przypadku grupy firm raportujących w 2020 i 2021 roku (7 podmiotów), masa surowców wtórnych stosowanych w opakowaniach wzrosła o 50% (z 9 962,6 ton w 2020 roku do 14 973,4 ton w 2021 roku). Utrzymanie tak wysokiej dynamiki wzrostu pozwoliłoby na osiągnięcie Celu 4. godnie z planem.

Aby realizacja zamierzeń była możliwa, w kolejnych latach – oprócz stosowania recyklatów w butelkach PET, stanowiących obecnie główną kategorię opakowań o wysokiej zawartości surowców wtórnych – konieczne będzie korzystanie z recyklatów również w innych kategoriach opakowań, co jest znacznie trudniejsze (bariery w stosowaniu recyklatów opisano w dalszej części rozdziału).



Warto podkreślić, że przedstawione w raporcie wyniki zostały zagregowane, a osiągnięcia poszczególnych firm są zróżnicowane. Wśród raportujących organizacji zaobserwowano zarówno przypadki wzrostów, jak i spadków udziału surowców wtórnych o kilka punktów procentowych.

Producenci opakowań

**10,78%** – średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych na rynek przez producentów opakowań zrzeszonych w Polskim Pakcie Plastikowym w 2021 roku<sup>29</sup>.

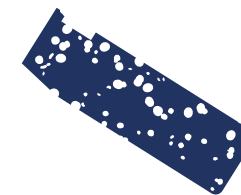
W przypadku producentów opakowań, zawartość recyklatów w opakowaniach wzrosła w 2021 roku aż o 4,5 punktu procentowego względem 2020 roku. Dla grupy firm raportujących w 2020 i 2021 roku ilość recyklatów w opakowaniach podwoiła się. Producenci opakowań dostrzegają konieczność zastępowania surowców pierwotnych surowcami wtórnymi, nieustannie zwiększając udział recyklatów w oferowanych opakowaniach. Jednocześnie zwracają uwagę, że obecnie jest to niezwykle trudne zadanie, które wiąże się z wieloma wyzwaniem systemowymi opisanymi w dalszej części rozdziału.

Warto zauważyć, że średni udział recyklatów pokonsumenckich w opakowaniach w Polsce w 2020 roku wyniósł 6%<sup>30</sup>. Wyniki raportowane przez członków Paktu wykraczają zatem poza średnią rynkową.

## W JAKICH OPAKOWANIACH STOSOWANE SĄ DZIŚ RECYKLATY?

Organizacje raportujące zostały zapytane o najczęściej stosowane w opakowaniach surowce wtórne oraz ich przykładowe zastosowania. Uzyskane odpowiedzi (w kolejności od najczęściej wskazywanych) przedstawiono poniżej:

- rPET – butelki na napoje, butelki na kosmetyki i detergenty, tacki, tuby;
- rLDPE – folie w opakowaniach papieru toaletowego i ręczników papierowych, folie w opakowaniach zbiorczych, folie stretch i kaptury paletowe;
- rPP – tacki, kubki na dania ekspresowe, opakowania niemające kontaktu z żywnością, elementy opakowań transportowych;
- rHDPE – butelki na kosmetyki i detergenty, opakowania napojów w proszku, palety.



<sup>29</sup> 12,33% dla firm raportujących rok do roku.

<sup>30</sup> *Tworzywa sztuczne w obiegu zamkniętym Polska 2020*, Plastics Europe, <https://plasticseurope.org/pl/knowledge-hub/tworzywa-sztuczne-w-obiegu-zamknietym-polska-2020/>, [dostęp: 28.08.2022].

## SUROWCE WTÓRNE – BARIERY

Pomimo pozytywnego trendu i rosnącej ilości surowców wtórnych w opakowaniach, członkowie Polskiego Paktu Plastikowego zwracają uwagę na szereg wyzwań, które znacznie utrudniają osiągnięcie założonego celu udziału recyklatów na poziomie 25% do 2025 roku. Bez szybkiego wdrożenia rozwiązań odpowiadających zidentyfikowanym barierom, zrealizowanie podjętych zobowiązań może okazać się niemożliwe.

**TAB.2 KLUCZOWE BARIERY ZWIĄZANE ZE ZWIĘKSZANIEM UDZIAŁU RECYKLATÓW W OPAKOWANIACH, WSKAZYWANE PRZEZ RAPORTUJĄCE ORGANIZACJE.**

| Opakowania mające kontakt z żywnością   | Opakowania nie mające kontaktu z żywnością   |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Wysoka cena surowców wtórnych względem surowców pierwotnych.</li><li>2. Problem z pozyskaniem surowca o jakości pozwalającej na kontakt z żywnością.</li><li>3. Problem z powtarzalnością surowca o pożądanej jakości.</li><li>4. Bariery legislacyjne oraz długi czas oczekiwania na decyzje i zezwolenia związane z bezpieczeństwem stosowania materiałów z recyklingu do kontaktu z żywnością.</li><li>5. Brak funkcjonującego systemu kaucyjnego, który wpłynąłby na zwiększenie podaży surowca rPET.</li><li>6. Brak technologii dekontaminacji dla poliolefin.</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Wysoka cena surowców wtórnych względem surowców pierwotnych.</li><li>2. Problem z pozyskaniem surowca o wymaganej jakości.</li><li>3. Niższa jakość materiału w porównaniu z surowcami pierwotnymi (np. spadek parametrów wytrzymałościowych materiału, niejednorodna barwa).</li><li>4. Konieczność przeprowadzenia wielu dodatkowych testów i analiz w stosunku do specyfikacji technicznej opakowań z surowców pierwotnych w celu zagwarantowania bezpieczeństwa produktów.</li><li>5. Konieczność dostosowania urządzeń linii produkcyjnej (np. zmiana temperatury procesu obkurczania, konieczność instalacji dodatkowych urządzeń np. rdzenia antystatycznego).</li></ol> |



### ANITA FRYDRYCH

Dyrektor Działu Rozwoju Technologii  
Tworzyw Sztucznych i Funduszy Unijnych  
KGL S.A.

## OKIEM KOMITETU STERUJĄCEGO

Kilkuprocentowy wzrost udziału pokonsumenckich surowców wtórnych w opakowaniach jest bardzo zadowalającym wynikiem. Ma on również swoje odzwierciedlenie w produkcji opakowań w KGL S.A. - rozwój firmy już od kilku lat opiera się o maksymalizację użycia recyklatów, a w 2021 roku odnotowaliśmy niemal sześcioprocentowy wzrost użycia recyklatów w porównaniu do roku poprzedniego.

Obawiamy się jednak, że w niedalekiej przyszłości dostęp do recyklatów będzie bardzo ograniczony ze względu na znacznie wyższe tempo wzrostu popytu nad podażą. Dlatego dla KGL S.A. kluczową kwestią jest poszerzenie strumienia odpadów opakowaniowych, które będą podlegać selektywnej zbiórce oraz recyklingowi materiałowemu, o opakowania termoformowane PET. Produkowane przez nas termoformowane tacki PET są monomateriałowe, przydatne do recyklingu i wytwarzane z recyklatów. Opakowania tego rodzaju powinny być ponownie wykorzystywane, nawet gdyby miały być tylko przetwarzane na recyklat gorszej kategorii.

Niestety, dziś opakowania termoformowane nie są faktycznie poddawane recyklingowi w Polsce i Europie, a bez tego osiągnięcie celu 4 jest utrudnione. Jak wskazano w raporcie opracowanym przez Eunomię „PET market in Europe state of play”, recykling tacek PET jest konieczny do zamykania obiegu dla tego tworzywa sztucznego, a także odgrywa bardzo istotną rolę w zaspokojeniu rosnącego popytu na rPET w Europie. W KGL S.A. zrobiliśmy już bardzo dużo w kontekście ekoprojektowania i naszym kolejnym krokiem jest wsparcie 9 Złotych Zasad Projektowania, w których m.in. promowane jest projektowanie z myślą o recyklingu tacek i butelek PET.



## DALSZE KROKI

W ramach działań na rzecz zwiększenia udziału surowców wtórnych w opakowaniach Pakt podejmuje następujące kroki:

### **Identyfikacja barier i szans oraz rekomendacje dla stosowania recyklatów**

(zadania 11.1, 11.2, 11.3 i 12.1)

Wiosną 2022 roku Polski Pakt Plastikowy przeprowadził warsztaty dla podmiotów aktywnych na wszystkich etapach łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych. Podczas spotkania oraz w poprzedzającym go badaniu, eksperci zidentyfikowali szereg wyzwań stojących przed każdym z etapów łańcucha wartości, które utrudniają osiągnięcie Celu 4. Paktu. W kolejnych

miesiącach Pakt będzie pracować nad raportem dotyczącym kluczowych barier w stosowaniu recyklatów, wraz z rekomendacjami rozwiązań dla poszczególnych sektorów.

### **Wdrażanie 9 Złotych Zasad Projektowania**

(zadanie 7.4)

W celu zwiększenia udziału surowców wtórnych w opakowaniach konieczne jest projektowanie opakowań w sposób, który umożliwi ich późniejszy recykling. Spośród 9 Złotych Zasad Projektowania wdrożonych przez Pakt w 2022 roku, aż 4 dotyczą projektowania opakowań z myślą o recyklingu (butelek PET, opakowań termoformowanych PET,

opakowań giętkich i opakowań sztywnych z PP i HDPE), przez co wspierają realizację Cel 4. Paktu. Zasady odnoszą się również do opakowań problematycznych, wskazując na konieczność ich eliminacji. Wdrażanie dokumentu przez firmy członkowskie Paktu oraz innych uczestników rynku przyczyni się do zwiększenia dostępności surowców wysokiej jakości w Polsce.

### **Edukacja uczestników łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych**

(zadanie 12.3)

Prowadzenie działań edukacyjnych w obszarze nadmiernego wykorzystywania zasobów nieodnawialnych wśród biznesowych

członków łańcucha wartości (dostawców, partnerów biznesowych i pracowników) oraz mobilizowanie ich do stosowania materiałów z surowców wtórnych.

### **Współpraca na rzecz zwiększenia dostępności recyklatów**

(zadanie 12.4)

Aktywna współpraca podmiotów w ramach Paktu i nawiązywanie współpracy z interesariuszami zewnętrznymi na rzecz zwiększenia dostępności materiałów z recyklingu o odpowiedniej jakości i ilości.

# Dobre Praktyki

**Alpla** Alpla dąży do zmniejszenia zużycia materiału bezpośrednio pochodzącego z ropy naftowej, zwiększając udział materiału rPET w produkcji kolejnych towarów. W 2021 roku przy produkcji linii Skin Nat L’Oreal dokonano zamiany tworzywa PET z surowców pierwotnych na materiał z recyklingu, co doprowadziło do zmniejszenia zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych o 2 350 ton.

**Jerónimo Martins Polska** Sieć sklepów Biedronka w 2021 roku wprowadziła do sprzedaży wodę marki własnej Polaris 1L z 50% dodatkiem plastiku pochodzącego z recyklingu pokonsumenckiego. Działanie to miało na celu ponowne wykorzystanie surowców z rynku i zmniejszenie udziału surowców pierwotnych. W rezultacie dzięki tej zmianie wykorzystano 150 ton materiału PET z recyklingu co jednocześnie zaoszczędziło taką samą ilość surowca pierwotnego.

**Jokey** Firma Jokey sukcesywnie zwiększa udział recyklatów pokonsumenckich w swoich opakowaniach (pierwsze projekty tego typu Grupa Jokey rozpoczęła już w 1991 roku). Opakowania zawierające rPP oferowane przez producenta przeznaczone są dla branży niespożywczej. Jokey regularnie prowadzi badania i testy nowych receptur, tak aby uzyskany produkt cechował się jak najlepszymi parametrami, zgodnymi z wymaganiami klientów. Firma ma w swojej ofercie również opakowania produkowane z plastiku oceanicznego (OBRP).

**Sinoma** Sinoma uzyskała certyfikat *EuroCertPlast* dla produkowanego przez siebie regranulatu LDPE. W tym celu firma przeorganizowała linię produkcyjną i plac magazynowy oraz wdrożyła cykl poprawy nadzoru nad badaniem jakości odpadów trafiających do recyklingu. Sinoma zaadoptowała swój zakład w aspekcie zmiany linii regranulacyjnej, magazynowania odpadów oraz produktów, tak aby minimalizować zużycie energii, surowców oraz maksymalizować jakość produktu. Wprowadzanym zmianom towarzyszyły szkolenia wewnętrzne dla pracowników.



**Unilever** Firma Unilever, realizując założenia swojej strategii Better Plastic (Lepszy Plastik), w 2021 roku przeprojektowała butelki szamponów i odżywek do włosów marki TRESemmé na opakowania wyprodukowane w całości z rHDPE. Transformacji uległy również butelki antyperspirantów roll on Dove, które obecnie są produkowane w 65% z rPP. Innymi markami dostępnymi na polskim rynku w których opakowaniach firma wykorzystuje tworzywa sztuczne pochodzące z recyklingu pokonsumenckiego są Seventh Generation, Love Beauty & Planet, Axe, Timotei, Dove Men Care, Baby Dove, Coccolino Intense, mleczko do czyszczenia Cif czy Cif Nature's.



**Żabka** Żabka jako pierwsza sieć handlowa zmieniła butelki wszystkich napojów marek własnych na butelki pochodzące w 100% z recyklingu (rPET). Butelki napojów *Foodini*, *Wycisk*, *shoty SI* i *Od Nowa* mają o 30% mniejszy ślad węglowy w odniesieniu do ich odpowiedników z pierwotnego plastiku. Opakowania posiadają specjalne oznaczenia, dzięki którym konsumenci mogą dokonać świadomego wyboru.



Chcesz dowiedzieć się więcej o tym, w jaki sposób producenci opakowań – Alpla, KGL S.A., Jokey, Schoeller Allibert i Avery Dennison – oraz firmy wprowadzające opakowania do obrotu – Lidl, Unilever, Jerónimo Martins, Nestlé i Kaufland – zwiększają udział recyklatów w opakowaniach?

**Aż 10 dobrych praktyk w tym zakresie znajdziesz na str. 31-33 w Raporcie Otwarcia Paktu!**





# EFEKTYWNE WSPARCIE SYSTEMU ZBIÓRKI I RECYKLINGU OPAKOWAŃ, ABY OSIĄGNAĆ POZIOM RECYKLINGU W WYSOKOŚCI CO NAJMNIEJ 55% NA POLSKIM RYNKU

Rozdział opracowany przez Rekopol Organizację Odzysku Opakowań

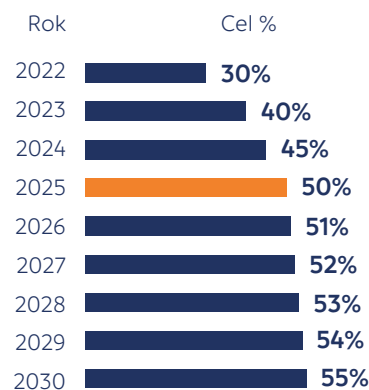


## WYZWANIA SYSTEMOWE

Cel 5. Polskiego Paktu Plastikowego mobilizuje członków do podjęcia działań wspierających system gospodarowania odpadami tak, aby osiągnąć 55% poziom recyklingu dla odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce – o pięć punktów procentowych wyżej, niż wyznacza dyrektywa i krajowe przepisy prawa, które uległy zmianie wraz z początkiem 2022 roku.

1 stycznia 2022 roku weszły w życie nowe, docelowe poziomy recyklingu do 2030 roku<sup>31</sup>, obowiązkowe dla każdego przedsiębior-

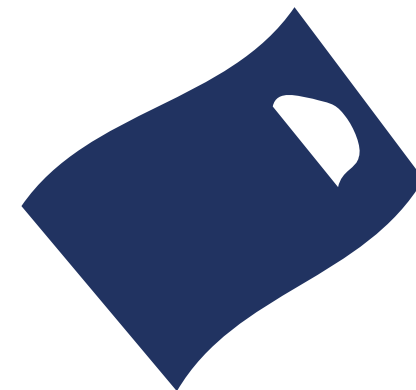
cy wprowadzającego produkty w opakowaniach na rynek. Ponadto rozporządzeniem<sup>32</sup> wprowadzono roczne cele recyklingu, które dla tworzyw sztucznych określono następująco:



Działania w obszarze realizacji ambitnego celu Paktu i osiągnięcia 55% poziomu recyklingu dla odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce już w 2025 roku, wymagają zaangażowania wszystkich uczestników rynku – biznesu, strony rządowej, samorządów i konsumentów. Jedynie podejście systemowe, łączące wszystkich interesariuszy, pozwoli na osiągnięcie celu.

To duże wyzwanie również dlatego, że wykazywanie poziomu realizacji celu 5. Paktu jest powiązane z całym systemem

prawnym i sprawozdawczym w Polsce. Na poziomie krajowym corocznie publikuje się dane w zakresie osiągniętych celów recyklingu, które dotyczą całego rynku i wszystkich jego uczestników, w tym członków Paktu.



<sup>31</sup> Docelowe poziomy recyklingu określono w Załączniku nr 1 Ustawy z dnia 13 czerwca 2013 r. o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi (Dz.U. 2013 poz. 888), który został zmieniony art. 5 pkt 22 Ustawy z dnia 17 listopada 2021 r. o zmianie ustawy o odpadach oraz niektórych innych ustaw, Dz.U. 2021 poz.2151. Zamiana weszła w życie z dniem 1 stycznia 2022 r.

<sup>32</sup> Rozporządzenie Ministra Klimatu i Środowiska z dnia 19 grudnia 2021 r. w sprawie rocznych poziomów recyklingu odpadów opakowaniowych w poszczególnych latach do 2030 r., Dz.U. 2021 poz. 2375.

Warto zwrócić uwagę, że do 2013 roku cele ustawowe rosły rokrocznie. Z kolei w latach 2014-2021 przedsiębiorców wprowadzających do obrotu produkty w opakowaniach z tworzyw sztucznych obowiązywał stały cel uzyskania 23,5% poziomu recyklingu. Co ciekawe, faktycznie osiągnięty poziom był wyższy od wymaganego (co pokazują również dane poniżej). Różnica pomiędzy osiągniętym poziomem recyklingu a celem określonym w ustawie zależała od działań podmiotów wprowadzających i od decyzji każdej organizacji odzysku opakowań, realizującej cele w imieniu przedsiębiorców (z uwzględnieniem ustawowej procedury osiągania celów, wzoru, potrzeb wszystkich materiałów oraz konieczności osiągnięcia tzw. ogólnego poziomu recyklingu).

**31,5%** – poziom recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce w 2019 roku

**55,5%** – poziom recyklingu odpadów opakowaniowych ogółem w 2019 roku<sup>33</sup>

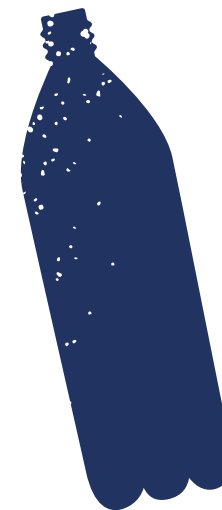
Podane poziomy recyklingu nie odzwierciedlają jednak, ile faktycznie odpadów opakowaniowych recykerzy poddali recyklingowi (te wartości są wyższe i inaczej sprawozdawane), tylko czy osiągnięto prawny wymóg nałożony na wprowadzających opakowania do obrotu. Stanowi to największe wyzwanie sprawozdawcze w zakresie recyklingu.

W najbliższej przyszłości osiągnięte poziomy recyklingu będą rosły (przy czym należy pamiętać o ograniczeniu, wynikającym ze zmiany punktu pomiarowego

raportowanego poziomu recyklingu<sup>34</sup>). Jednak dla osiągnięcia wymagań określonych w ustawie oraz celów Paktu kluczowa będzie dynamika tego wzrostu w latach 2022-2025. Krytyczny skok w poziomach recyklingu będziemy obserwować pomiędzy 2022 a 2023 rokiem, kiedy to wymagany wzrost wynosi aż 33%, co stanowi wyzwanie prawne, finansowe, organizacyjne i logistyczne wszystkim uczestnikom systemu gospodarki odpadami. Czas pozostający do 2025 roku musimy wykorzystać na podjęcie i zrealizowanie działań umożliwiających co najmniej osiągnięcie celów wyznaczonych przez prawo, a optymalnie – celu określonego przez Pakt.

W tym kontekście obiecujące są dane GUS w zakresie ilości odpadów zebranych w celu dalszego przetwarzania i recyklingu, które wskazują na coroczny wzrost. O ile w 2020 roku selektywnie zebranych odpadów było 4,9 mln ton, to w 2021 roku już 5,4 mln ton. Natomiast ilość odpadów

z tworzyw sztucznych kształtowała się na poziomie 491 tys. ton w 2020 roku oraz prawie 523 tys. ton w 2021 roku. Każda zebrana selektywnie tona odpadów przybliżyła nas do realizacji celów recyklingu.



<sup>33</sup> Eurostat, *Packaging waste statistics*, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging\\_waste\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging_waste_statistics), [dostęp: 02.10.2022].

<sup>34</sup> Więcej na ten temat można znaleźć na stronie 34 w Raporcie Otwarcia Paktu.



## MOTYWACJA DO DZIAŁANIA

Wyznaczenie przez Polski Pakt Plastikowy celu 55% poziomu recyklingu do 2025 roku mobilizuje członków Paktu do podejmowania działań w zakresie ekoprojektowania opakowań, w tym ograniczenia masy i ilości opakowań, eliminacji opakowań nadmier-nych i problematycznych, które nie są poddawane recyklingowi i systemowo obniżają możliwości realizacji celów recyklingu.



Osiągnięcie celów recyklingu jest możliwe tylko w powiązaniu z możliwością odbioru odpadów od konsumentów i użytkowników. Narzędziem wspierającym zbiórkę – efektywną zarówno pod względem ilości, jak i jakości selektywnie zebranych odpadów – jest edukacja, obejmująca komunikację konsumenta z producentem poprzez opakowanie i oznakowania dotyczące selektywnej zbiórki. Takie działania są zawarte w celach Paktu i już wdrażane przez jego członków.

Mobilizacja gmin i konsumentów do efektywnej selektywnej zbiórki odpadów wynika z systemów rozszerzonej odpowiedzialności producenta (ROP), a możliwości wspierania zbiórki w przyszłości zależą m.in. od funkcjonowania systemu z udziałem organizacji odpowiedzialności producentów.

## OTOCZENIE LEGISLACYJNE

Poszczególne działania nie będą skuteczne, jeśli nie będą realizowane w dobrze zorganizowanym systemie prawnym w zakresie ROP. Na jesieni 2022 roku Polska znajduje się w przededniu wprowadzenia zmian, które wpłyną na wykazywane cele recyklingu oraz związane z tym koszty. Wynikają one z konieczności implementacji zmian dyrektywy ramowej o odpadach (szczególnie art. 8a)<sup>35</sup>, dyrektywy opakowaniowej<sup>36</sup> oraz dyrektywy Single-Use Plastics (SUP)<sup>37</sup>. W zakresie wdrażania zmian prawnych i narzędzi z nimi związanych kluczowa jest hierarchia – proponowaną kolejność działań przedstawiono poniżej.

Proponowany porządek implementacji przepisów wskazuje na

potrzebę wdrażania zmian od najszerszych i najbardziej kompleksowych do najwęższych. Niestety, jak wynika z dotychczasowych doniesień, prawdopodobnie faktyczna kolejność wprowadzania zmian prawnych będzie jednak inna.

Podczas konsultacji projektów aktów prawnych ważny jest głos przemysłu oraz udział przedstawicieli sektora w dyskusjach służących wypracowywaniu rozwiązań, które powinny pojawić się w wyczekiwanych – i bardzo już spóźnionych w stosunku do potrzeb rynku – regulacjach. Ich jakość i sposób wdrożenia przełoży się na realizację strategii biznesowych polskich przedsiębiorstw oraz możliwość osiągnięcia celów Polskiego Paktu Plastikowego.

### Źródło zmiany przepisów

|   |                  |
|---|------------------|
| Sposób funkcjonowania ROP, w tym od strony finansowej i odpowiedzialności za osiągnięcie celów recyklingu | Dyrektywa ramowa |
| Sposób realizacji celów zbiórki opakowań po napojach  | Dyrektywa SUP    |
| Inne obowiązki, w tym wymagany poziom zawartości regranulatu w opakowaniach na napoje                     |                  |
| Potencjalne wdrożenie systemu kaucyjnego dla butelek na napoje  |                  |

<sup>35</sup> „Dyrektywa odpadowa” – Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/98/WE z dnia 19 listopada 2008 r. w sprawie odpadów oraz uchylająca niektóre dyrektywy, Dz.U. L 312 z 22.11.2008, zmieniona Dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/851 z dnia 30 maja 2018 r., Dz.U. L 150 z 14.6.2018.

<sup>36</sup> „Dyrektywa opakowaniowa” – Dyrektywa 94/62/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 1994r. w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych, Dz.U. L 365 z 31.12.1994, zmieniona dyrektywą Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/852 z dnia 30 maja 2018r., Dz.U. L 150 z 14.6.2018.

<sup>37</sup> „SUP” – Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/904 z dnia 5 czerwca 2019 r. w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko, Dz.U. L 155 z 12.6.2019.

## DALSZE KROKI

Wobec opisanych wyzwań legislacyjnych i rynkowych osiągnięcie założonego Celu 5. stanowi szczególne wyzwanie. W ramach działań na rzecz jego realizacji, Pakt podejmuje następujące kroki:

### Mapowanie i analiza danych rynkowych

(zadanie 15.1, 15.2, 15.3)

Mapowanie i analiza danych w zakresie opakowań wprowadzanych do obrotu i odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce w szerokiej współpracy z ekspertami.

### Rekomendacje działań

(zadanie 15.4)

Rekomendacje dla dalszych działań na poszczególnych etapach łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych (z uwzględnieniem aktualnych rozwiązań legislacyjnych).

### Przeprowadzenie dodatkowych analiz i badań

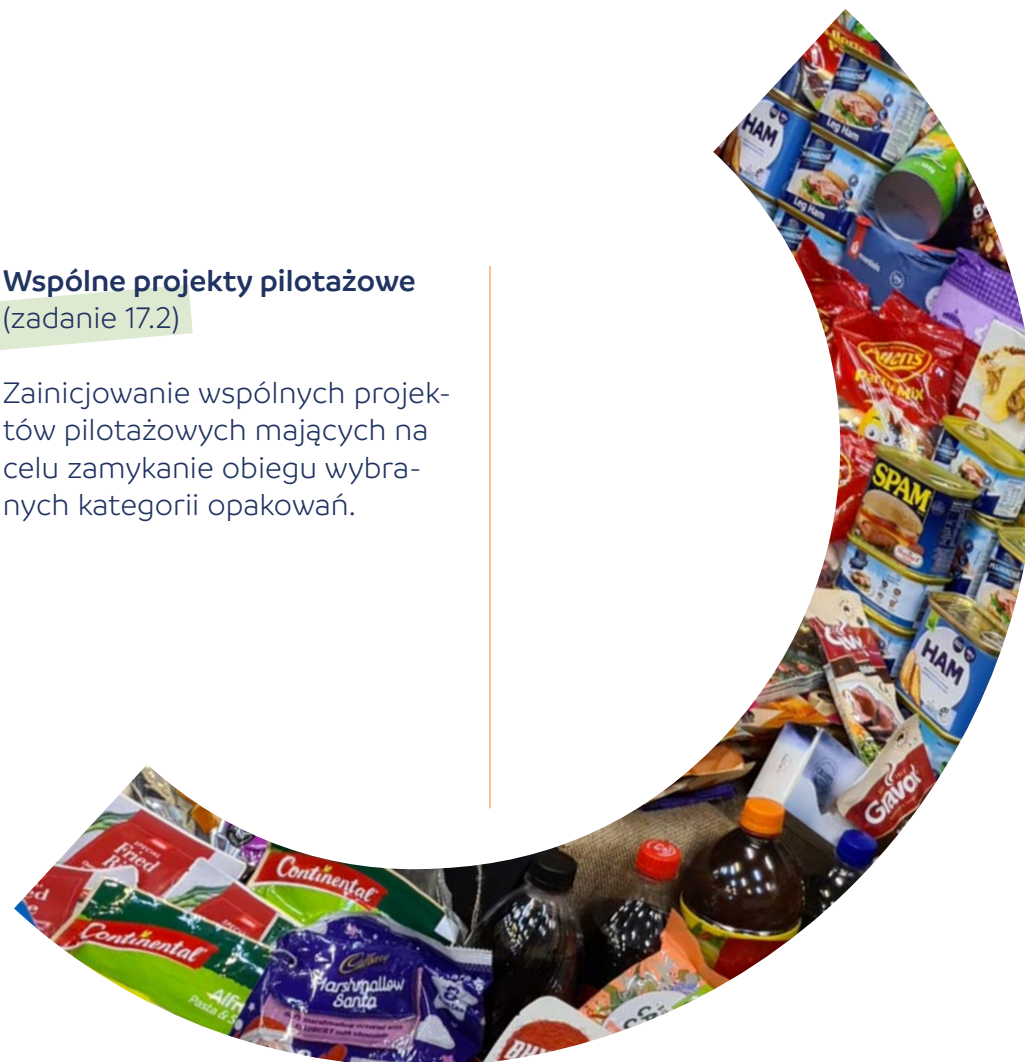
(zadanie 16.2)

Przeprowadzenie dodatkowych analiz i badań w oparciu o zidentyfikowane luki i wnioski płynące z mapowania danych dostępnych na rynku.

### Wspólne projekty pilotażowe

(zadanie 17.2)

Zainicjowanie wspólnych projektów pilotażowych mających na celu zamykanie obiegu wybranych kategorii opakowań.



# Dobre Praktyki

**Cyrkl** Firma Cyrkl stworzyła największą w Europie cyfrową platformę odpadową, łączącą potencjalnych partnerów biznesowych dla każdego rodzaju odpadów, materiału, produktu ubocznego lub recyklatu. Tylko w 2021 roku 150 000 ton odpadów znalazło właściwego odbiorcę, co przyczyniło się do redukcji emisji CO<sub>2</sub> o prawie 80 tysięcy ton. Cyrkl prowadzi swoją działalność w 12 krajach w UE z ambicjami, aby realizować swoje działania i łączyć odpady z właściwymi odbiorcami we wszystkich krajach w Europie. Celem Cyrkl jest stworzenie symbiozy przemysłowej dzięki której odpady mogą być przekazywane z jednego do drugiego podmiotu i być ponownie wykorzystywane, tym samym przyczyniając się do zamykania obiegu surowców.



**Kaufland** Kaufland wprowadził system selektywnej zbiórki odpadów z podziałem na 5 frakcji w centrali, marketach i centrach logistycznych sieci. Dodatkowo firma Kaufland odzyskuje z obiegu folię transparentną i kolorową z opakowań. W 2021 odzyskano 1702 ton folii.

**Nestlé** Opakowania giętkie i wielomateriałowe z przewagą tworzywa sztucznego, takie jak opakowanie po batonikach czy cukierkach, uznawane są za opakowania problematyczne m.in. dlatego, że z powodu niewielkiej masy i wielkości nie są wychwytywane w sortowni, co uniemożliwia ich dalsze przetwarzanie i recykling. By temu zaradzić, z inicjatywy firmy Nestlé we współpracy ze Związkiem Pracodawców EKO-PAK i firmą EcoSolutions, powołano projekt REFLEX. Projekt ma na celu edukację mieszkańców w zakresie prawidłowego postępowania z odpadami opakowań giętkich, zwiększenie poziomów recyklingu tych odpadów oraz wspieranie rozwoju gospodarki o obiegu zamkniętym. Prowadzone działania obejmują wysortowanie odpadów opakowaniowych giętkich ze strumienia odpadów i przekazanie ich do procesów recyklingu. Uzyskane surowce wtórne znajdują zastosowanie jako szalunki (wykorzystywane na budowach) lub płyty wygłuszające dźwięki. Płyty dźwiękochłonne wykonane z zebranego w ramach projektu surowca wykorzystano do wygłuszenia sali spotkań w biurze centrali Nestlé przy ul. Domaniewskiej w Warszawie.



**Żabka i Żywiec Zdrój** W ramach partnerstwa strategicznego marki Żywiec Zdrój i sieci sklepów Żabka w Polsce stanęło 25 EKOmatów – elektronicznych maszyn (RVM) do zbiórki butelek PET i puszek aluminiowych. Pierwsze urządzenia pojawiły się przy wybranych sklepach Żabka w Poznaniu oraz Warszawie. Projekt, oprócz zamknięcia obiegu opakowań, miał również na celu edukację konsumentów w zakresie możliwości działania systemu depozytowo-kaucyjnego w Polsce oraz wyrobienie nawyku oddawania butelki do punktu zwrotnego. Użytkownicy EKOmatów otrzymywali nagrodę w postaci punktów lojalnościowych w aplikacji Żappka.



**Żywiec Zdrój** Marka Żywiec Zdrój zebrała ekwiwalent 100% tworzyw sztucznych wprowadzonych na rynek w 2021 roku. Jest to pierwsza firma w Polsce, która podjęła się takiego wyzwania już podczas COP24 w 2018 roku i swoje zobowiązanie zrealizowała drugi rok z rzędu. Według prawa producenci są zobowiązani do sfinansowania jedynie 23,5% zbiórki odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych wprowadzonych na rynek. Jednak Żywiec Zdrój dobrowolnie postanowiła wyjść poza wymagania prawne i wziąć pełną odpowiedzialność za wprowadzane opakowania, dążąc do zamykania obiegu. Transparentność działań zapewniła współpraca z partnerem Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, który w imieniu marki realizuje prawny obowiązek zbiórki i recyklingu m.in. tworzyw sztucznych, w szerokiej współpracy z kilkudziesięcioma firmami odpadowymi, sortowaniami i recyklerami na terenie całego kraju.

Chcesz dowiedzieć się w jaki sposób producenci produktów w opakowaniach zrzeszeni w Pakcie wspierają selektywną zbiórkę odpadów?

**Więcej dobrych praktyk znajdziesz na str. 38-39 w Raporcie Otwarcia Paktu!**





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

## DZIAŁANIA EDUKACYJNE PROWADZONE PRZEZ CZŁONKÓW PAKTU

**32** – projekty edukacyjne w obszarze Celów strategicznych Paktu zrealizowane w 2021 roku przez firmy członkowskie.

Patrząc na funkcjonowanie systemu gospodarowania odpadami nie można mieć wątpliwości odnośnie do miejsca, jakie zajmują w nim konsumenci, a efektywność działań podejmowanych przez firmy zależy w pewnym stopniu od działań i otwartości konsumentów.

Rola nabywców i użytkowników jest dostrzegana przez firmy, które od wielu lat podejmują działania edukacyjne mające na celu budowanie świadomości i kształtowanie odpowiedzialnych postaw. W 2021 roku 12 firm członkowskich Paktu przeprowadziło 32 projekty edukacyjne w obszarze 6 Celów strategicznych inicjatywy. W przypadku aktywności członków Paktu, przez projekt edukacyjny rozumiane są działania mające na celu poprawę stanu świadomości ekologicznej społeczeństwa i zmianę nawyków; grupą docelową są konsumenci<sup>38</sup>, a przekazywana wiedza musi wykraczać poza standardowe komunikaty informacyjne firm.

Do najczęściej prowadzonych projektów edukacyjnych należały konkursy grantowe, bezpośrednia edukacja dzieci i młodzieży oraz kampanie prowadzone w Internecie, między innymi za pośrednictwem mediów społecznościowych, dedykowanych stron internetowych z treściami edukacyjnymi czy artykułów w mediach ogólnokrajowych oraz na portalach lifestyle'owych. Zrealizowane przez firmy działania cechują się dużym zróżnicowaniem zasięgów – projekty lokalne docierały do średnio od kilkuset do kilku tysięcy osób. Z kolei każda z kampanii w mediach społecznościowych może pochwalić się dotarciem do nawet kilku milionów Polaków.



Równocześnie trzeba pamiętać, że zasięg działań nie zawsze idzie w parze ze zmianą postaw i zachowań konsumentów, dlatego bardzo ważne jest opracowanie wytycznych do mierzenia efektywności kampanii edukacyjnych – Pakt planuje przygotować je w kolejnych latach.

<sup>38</sup> Prowadzone przez członków Paktu liczne działania edukacyjne skierowane do dostawców i partnerów biznesowych nie zostały uwzględnione w tej analizie.



Wśród obszarów tematycznych działań edukacyjnych, na których firmy skupiały się najczęściej, znajdują się:



prawidłowa segregacja odpadów,



odpady jako surowce oraz rola procesu recyklingu,



ochrona środowiska,



surowce wtórne,



gospodarka obiegu zamkniętego.

W analizowanych projektach niezwykle rzadko lub nigdy nie pojawiały się tematy stojące u podstaw hierarchii postępowania z odpadami, czyli promowanie minimalizacji wykorzystania opakowań oraz zachęcanie do korzystania z opakowań wielokrotnego użytku.

## CO WIE POLSKI KONSUMENT?

Przed rozpoczęciem działań edukacyjnych istotne jest zbadanie oraz zrozumienie poziomu świadomości i zaangażowania odbiorców. W ramach powołanej w Pakcie Grupy Roboczej ds. efektywnej edukacji konsumentów, w 2022 roku poszukiwano odpowiedzi na pytanie co wie polski konsument? W tym celu członkowie Grupy Roboczej zebrali ponad 60 raportów, wyników badań naukowych oraz kampanii edukacyjnych z lat 2019-2022, które – we współpracy z przedstawicielami Rady Ekspertów – zostały przeanalizowane pod kątem 9 obszarów zidentyfikowanych w odniesieniu do Celów strategicznych Paktu. Te obszary to m.in. postawy konsumentów wobec ograniczenia zużycia opakowań, surowców wtórnych i opakowań z recyklingu, oznaczeń na opakowaniach i segregacji odpadów oraz wyzwań związanych z zanieczyszczeniem środowiska, w tym tworzywami sztucznymi. Efektem pracy Grupy Roboczej będzie wskazanie kluczowych obszarów, w których powinny być prowadzone działania edukacyjne, wraz z rekomendacjami dla członków Paktu.

**PAULINA KACZMAREK**  
Head of Sustainability  
DANONE



## ” OKIEM KOMITETU STERUJĄCEGO

Konsument odgrywa bardzo istotną rolę w rozwoju gospodarki cyrkularnej dla opakowań. Z jednej strony dotyczy ona odpowiedniej segregacji odpadów opakowaniowych, co przekłada się bezpośrednio na efektywność zbiórki i możliwości przetworzenia opakowań na recyklaty. Z drugiej, chodzi o podejmowaną przy półce sklepowej decyzję co do rodzaju opakowania wybranego produktu. Decydując się na opakowania recyklowalne lub z recyklatów dają czytelny sygnał producentom czego od nich oczekują. W końcu, to konsumenci jako obywatele oddziałują na rząd i polityków domagając się przyjęcia rozwiązań ogólnokrajowych, takich jak wprowadzenie systemu kaucyjnego na opakowania napojowe. Z tego względu, firmy odpowiedzialne społecznie powinny mieć swój udział w kształtowaniu świadomości, budowaniu nowych nawyków i wspieraniu proekologicznych postaw konsumentów, by odnieść obopólny sukces.

By osiągnąć zamierzone cele, konsumenci powinni rozumieć, dlaczego wprowadzana zmiana jest potrzebna i jaką przynosi wartość. Ponadto, wprowadzane rozwiązania powinny być jak najbardziej zrozumiałe i przejrzyste, by maksymalnie ułatwić im ich wprowadzanie w życie i pokazać, że zrównoważona konsumpcja jest dla każdego i prosta w realizacji. W latach wcześniejszych promowaliśmy wśród konsumentów poprawną segregację odpadów opakowaniowych i korzyści z wprowadzenia systemu kaucyjnego. W 2021 r. zdecydowaliśmy się na kampanię edukacyjną na temat tworzywa sztucznego PET pochodzącego z recyklingu, by pokazać, że butelka po wodzie czy napoju to nie odpad a cenny surowiec, który można przetworzyć na kolejne opakowania. Zależało nam również na zbudowaniu zrozumienia wśród konsumentów, że butelka z recyklatów to dobry wybór z perspektywy wpływu środowiskowego.

## DALSZE KROKI

W ramach działań na rzecz realizacji Celu 6. Pakt podejmuje następujące kroki:

**Badanie *Co wie polski konsument?* oraz identyfikacja kluczowych luk w wiedzy konsumentów i przygotowanie rekomendacji działań edukacyjnych**

(zadania 18.1, 18.2)

Więcej informacji o projekcie na poprzedniej stronie.

**Promocja oznakowań dotyczących segregacji odpadów**

(zadanie 20.1)

Kontynuacja promowania przyjaznego dla konsumenta systemu informacji na opakowaniach, uła-

twiającego ich segregację przez firmy członkowskie.

**Promocja rozwiązań mających na celu ograniczenie opakowań wśród konsumentów**

(zadanie 20.3)

Promocja rozwiązań umożliwiających zakup produktów bez opakowań wśród konsumentów oraz innych działań (np. ponownego użycia opakowań) w obszarach zainteresowania Paktu, tak aby wzmocnić rolę konsumentów w realizacji Celów strategicznych Paktu.

## Dobre Praktyki

**ALPLA** Edukacyjna kampania konsumencka #rePETujemy, skoncentrowana na tematyce recyklingu i gospodarki o obiegu zamkniętym, dotarła do ponad 4,6 mln Polaków. Kampania została poprzedzona badaniem opinii publicznej mierzącym wiedzę konsumentów na temat tworzyw sztucznych i recyklingu. Alpla uczy, jak dokonywać odpowiedzialnych środowiskowo decyzji w życiu codziennym – od etapu zakupowego do momentu segregacji odpadów. Pokazuje także, jak recykling przyczynia się do zmniejszania zużycia surowców pierwotnych oraz ograniczania odpadów trafiających do środowiska.

**Lidl Polska** Lidl wspólnie z Fundacją Zwolnieni z Teorii angażuje młodych ludzi na rzecz edukacji ekologicznej społeczeństwa. Program realizowany jest jako część olimpiady projektów społecznych Zwolnieni z Teorii, w ramach której zespoły złożone z licealistów i studentów wymyślają i realizują własne projekty na rzecz redukcji lub recyklingu plastiku, zgodnie ze strategią REset Plastic, a także projektują ekologiczne zmiany gotowe do wprowadzenia w sklepach sieci. Na potrzeby uczestników eksperci z Lidl Polska prowadzą warsztaty na temat wyzwań związanych z zanieczyszczeniem plastikiem i sposobów przeciwdziałania temu problemowi. Treści dotyczące ekologicznego stylu życia oraz konieczności redukcji odpadów dotarły do ponad pół miliona odbiorców projektu.

**R3 Polska** R3 Polska zaangażowało mieszkańców Szczecina w ekologiczną rywalizację – podczas gry terenowej *Be ECO with US* uczestnicy zbierali zwrotne puszkę aluminiowe oraz opakowania PET Smart, które następnie umieszczali w specjalnych recomatach, uzyskując punkty w aplikacji ReComApp. Zgromadzone punkty można wymienić na zniżki i bonusy m.in. do sklepów Decathlon, sieci odzieżowej Desigual czy restauracji Pasibus.

**Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań** Rekopol w 2021 roku obchodził 15-lecie autorskiej kampanii Dzień Bez Śmiecenia, organizowanej pod hasłem *Opady to nie śmieci – to surowce!* #WidzęWięcej. W jubileuszowej edycji kampanii firma dokonała podsumowania najważniejszych zasad i informacji zebranych na przestrzeni lat oraz przedstawiła je za pomocą grafik ilustrujących przemianę odpadów w surowce. Firma, oprócz wykorzystania tradycyjnych kanałów komunikacji, postanowiła kreować dobre postawy już wśród najmłodszych konsumentów, rozsyłając do przedszkoli Deklaracje Odpowiedzialnego Przedszkolaka. Łączny zasięg kampanii przekroczył 6 milionów odbiorców.



**Stena Recycling** Stena Recycling, w ramach świętowania 20-lecia działalności w Polsce, zorganizowała konkurs grantowy pod nazwą *GOZpodarne wyzwanie*. Do konkursu zgłosiło się ponad 70 organizacji z całej Polski, w tym stowarzyszenia, fundacje, biblioteki gminne i lokalne centra kultury. Zrealizowano 17 lokalnych projektów, w których uczestniczyło łącznie ponad 3 000 osób. Uczestnicy projektów wzięli udział w warsztatach, prelekcjach i kiermaszach zawierających elementy cyrkularności, takie jak ponowne użycie, naprawianie bądź recykling.

**Żywiec Zdrój** Marka Żywiec Zdrój podjęła się edukacji w obszarze gospodarki o obiegu zamkniętym w zakresie opakowań, a także bezpieczeństwa tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu. Jak wykazały przeprowadzone przez firmę badania, konsumenci często nie znają pojęcia rPET – tworzywa z recyklingu – i nie odróżniają lub nie zwracają uwagi na różnice między opakowaniem 100% rPET a w 100% nadającym się do recyklingu. Aby to zmienić, marka zdecydowała się na edukacyjną kampanię contentową za pośrednictwem serii artykułów w popularnych portalach poświęconych tematyce lifestyle opracowanych we współpracy z ekspertem zewnętrznym.

**Więcej dobrych praktyk członków Paktu w zakresie edukacji konsumentów znajdziesz na str. 41-43 w Raporcie Otwarcia Paktu!**






# KOLEJNE KROKI

## ZADANIA ZAPLANOWANE NA LATA 2022-2023

NR ZADANIA  
W MAPIE  
DROGOWEJ

|   |   |                   |
|---|---|-------------------|
| <b>CEL 1</b><br>   | <b>Działania wspólne członków w ramach Grupy Roboczej ds. opakowań nadmiernych i problematycznych</b>   | 1.7               |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Klasyfikacja opakowań do dalszej analizy (pod lupą)</li> <li>Opracowanie Kart Opakowań Problematycznych</li> </ul>                   | 2.3               |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indywidualne plany działania firm i identyfikacja innych opakowań nadmiernych w firmach</li> </ul>                                   | 2.1, 2.4, 2.7     |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Współpraca w łańcuchu wartości</li> <li>Monitoring nowych rozwiązań</li> <li>Popularyzacja podejścia Paktu</li> </ul>                | 2.5<br>4.2<br>3.1 |
| <b>CEL 2</b><br>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sesje edukacyjne i wymiana doświadczeń</li> <li>Współpraca w łańcuchu wartości</li> <li>Indywidualne plany działania firm</li> </ul> | 5.1<br>5.2<br>5.3 |
|   | <b>Działania wspólne członków w ramach Grupy Roboczej ds. opakowań nadających się do recyklingu</b>   | 8.4               |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identyfikacja i rekomendacje dla opakowań o poziomie recyklingu w przedziałach 0-15% oraz 15-30%</li> </ul>                          |                   |
| <b>CEL 3</b><br> | <b>Działania wspólne członków w ramach Grupy Roboczej ds. opakowań wielokrotnego użytku</b>   | 9.1, 9.4          |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identyfikacja barier i szans oraz rekomendacje wdrażania opakowań wielokrotnego użycia</li> </ul>                                    |                   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wdrożenie i promocja 9 Złotych Zasad Projektowania</li> <li>Projekty pilotażowe</li> <li>Promocja dobrych praktyk</li> </ul>         | 7.4<br>9.5<br>9.6 |

|   |   |                          |
|---|---|--------------------------|
| <b>CEL 4</b><br>   | <b>Działania wspólne członków w ramach Grupy Roboczej ds. surowców wtórnych</b>   | 11.1, 11.2, 11.3 i 12.1  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identyfikacja barier i szans oraz rekomendacje dla stosowania recyklatów</li> </ul>  |                          |
| <b>CEL 5</b><br>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wdrażanie 9 Złotych Zasad Projektowania</li> <li>Edukacja uczestników łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych</li> <li>Współpraca na rzecz zwiększenia dostępności recyklatów</li> </ul> | 7.4<br>12.3<br>12.4      |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mapowanie i analiza danych rynkowych</li> <li>Rekomendacje działań dla przedstawicieli poszczególnych etapów łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych</li> </ul>                          | 15.1, 15.2, 15.3<br>15.4 |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Przeprowadzenie dodatkowych analiz i badań</li> <li>Wspólne projekty pilotażowe</li> </ul>   | 16.2<br>17.2             |
| <b>CEL 6</b><br> | <b>Działania wspólne członków w ramach Grupy Roboczej ds. edukacji konsumentów</b>  | 18.1, 18.2               |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Badanie <i>Co wie polski konsument?</i> oraz identyfikacja kluczowych luk w wiedzy konsumentów i rekomendacje działań edukacyjnych</li> </ul>  |                          |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Promocja oznakowań dotyczących segregacji odpadów</li> <li>Promocja rozwiązań mających na celu ograniczenie opakowań wśród konsumentów</li> </ul>  | 20.1<br>20.3             |

# NAJWAŻNIEJSZE PUBLIKACJE PAKTU I FUNDACJI ELLEN MACARTHUR

## POLSKI PAKT PLASTIKOWY

### 1. Opakowania nadmierne i problematyczne

Raport Opakowania Nadmierne i Problematyczne to pierwszy efekt działań Grupy Roboczej Polskiego Paktu Plastikowego, powołanej na rzecz realizacji 1. Celu strategicznego Paktu. W raporcie znaleźć można listę zidentyfikowanych opakowań problematycznych i nadmiernych, kryteria ich klasyfikacji, dyskusję wokół źródeł problematyczności opakowań oraz praktyczne wskazówki dotyczące wdrażania cyrkularnych innowacji, pomocne w poszukiwaniu rozwiązań.

### 2. Raport Otwarcia

Pierwszy raport roczny Polskiego Paktu Plastikowego. Raport Otwarcia miał na celu określenie stanu początkowego Paktu wobec ustalonych 6 Celów strategicznych oraz przedstawienie najlepszych praktyk członków w tym zakresie.

### 3. Mapa Drogowa

Mapa Drogowa to strategiczny dokument, który pokazuje, jakie zadania muszą zostać wykonane, aby do 2025 roku osiągnąć cele Paktu, a tym samym zamknąć obieg opakowań z tworzyw sztucznych w Polsce. Mapa prezentuje szanse dla wszystkich przedstawicieli rynku opakowań.

### 4. Kryteria klasyfikacji opakowań nadających się do recyklingu mechanicznego w praktyce i na dużą skalę

Celem opracowania jest upowszechnienie definicji opakowania nadającego się do recyklingu mechanicznego w praktyce i na dużą skalę, opracowanej przez Fundację Ellen MacArthur, z jednoczesnym uwzględnieniem definicji funkcjonujących w polskim prawodawstwie.

### 5. 9 Złotych Zasad Projektowania

Adaptacja na polski rynek 9 Złotych Zasad Projektowania, opracowanych na poziomie globalnym przez The Consumer Goods Forum. Dokument powstał, aby wskazać strategiczny

kierunek działania i wymogi w zakresie opakowań projektowanych z myślą o recyklingu.

### 6. Karty Opakowań Problematycznych

Opracowanie Kart Opakowań Problematycznych to kontynuacja prac związanych z opakowaniami problematycznymi. Karty, przygotowywane we współpracy z Siecią Badawczą Łukasiewicz – Łódzkim Instytutem Technologicznym, mają na celu przedstawienie możliwych scenariuszy rozwiązań dla zidentyfikowanych opakowań oraz pogłębienie zagadnień związanych z ich problematyką. Premiera trzech pierwszych Kart będzie miała miejsce w IV kwartale 2022 roku.



## FUNDACJA ELLEN MACARTHUR

opracowania dostępne w języku angielskim

### 1. The New Plastics Economy: Rethinking the future of plastics & catalysing action

Raport przedstawia nowy sposób myślenia o tworzywach sztucznych, prezentując założenia systemu tworzyw sztucznych w obiegu zamkniętym. Opracowanie zawiera plan działania dla całego łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych w zakresie zmian w projektowaniu opakowań, wdrażania nowych modeli dostawy oraz zwiększenia poziomów i jakości recyklingu.

### 2. Reuse – rethinking packaging

Raport zawiera opis korzyści i szans wynikających ze stosowania opakowań wielokrotnego użytku oraz praktyczne przykłady ich wdrażania w różnych modelach.

### 3. Upstream Innovation: a guide to packaging solutions

Publikacja bogata w praktyczne przykłady eliminacji opakowań na drodze innowacji w zakresie modelu dostawy, produktu czy zmian dotyczących samego opakowania, ponownego użycia, a także substytucji opakowań z tworzyw sztucznych innymi materiałami.

### 4. Flexible packaging: The urgent actions needed to deliver circular economy solutions

Seria raportów dotyczących opakowań giętkich, prezentująca strategię działania na rzecz zamknięcia ich obiegu wraz z 21 zadaniami, które w tym celu muszą zostać wykonane przez przedstawicieli biznesu i ustawodawcę. W publikacjach można znaleźć opis problematyki związanej z opakowaniami giętkimi oraz praktyczne przykłady ich eliminacji, ponownego użycia i substytucji.



# ANEKS

## **METODYKA I ZAKRES RAPORTOWANIA W POLSKIM PAKCIE PLASTIKOWYM**

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

- Spośród 34 członków objętych obowiązkiem raportowania, w tegorocznym procesie udział wzięło 31 firm, w tym 11 firm wprowadzających opakowania do obrotu.
- W jednej z raportujących firm dane przekazano oddzielnie dla 3 spółek. Na potrzeby raportowania każdą spółkę uwzględniono jako osobny podmiot.

- Należy podkreślić, że nie każda z raportujących organizacji dysponowała pełnym zakresem wymaganych danych dla każdego z Celów strategicznych. Szczegółowe informacje dotyczące liczby raportujących organizacji podano przy raportowanych wynikach.

Raportowane dane obejmują opakowania wprowadzone do obrotu w 2021 roku i dotyczą:

- dla wytwórcy tworzyw sztucznych oraz podmiotów gospodarujących odpadami – wszystkich tworzyw sztucznych i tworzyw sztucznych wykorzystywanych do produkcji opakowań,
- dla wytwórców opakowań oraz producentów produktów w opakowaniach – jednostkowych, zbiorczych oraz transpor-

towych opakowań z tworzyw sztucznych,

- dla sieci handlowych, podmiotów handlu detalicznego, podmiotów świadczących usługi – opakowań marek własnych, opakowań z tworzyw sztucznych stosowanych lub oferowanych jako towarzyszące produktom sprzedawanym klientom (niezależnie od tego, czy produkty są produktami marki własnej), opakowań używanych w działalności franczyzowej.



## KATEGORIE OPAKOWAŃ W POLSKIM PAKCIE PLASTIKOWYM

| Kategoria opakowań        | Przykłady opakowań w kategorii        |   |
|---------------------------|---------------------------------------|---|
| <b>Opakowania sztywne</b> | PET butelki                           | Butelki na napoje, oleje, detergenty, kosmetyki   |
|                           | PET opakowania termoformowane         | Tacki, kubki, blistry   |
|                           | PET inne sztywne                      | Pozostałe opakowania sztywne PET, nieujęte w kategoriach powyżej                                |
|                           | HDPE butelki                          | Butelki na chemię gospodarczą, kosmetyki, butelki na nabiał                                     |
|                           | HDPE inne sztywne                     | Korki, zakrętki, tuby, wiaderka, wieczka  |
|                           | PP butelki                            | Butelki na kosmetyki i chemię gospodarczą   |
|                           | PP inne sztywne                       | Pojemniki, tacki, kubki, zakrętki   |
|                           | LDPE tubki                            | Tubki na kremy, pasty   |
|                           | PS sztywne                            | Kubki, tacki, opakowania na ciastka   |
|                           | EPS sztywne                           | Tacki na mięso, ryby, opakowanie „menubox”  |
| PVC sztywne               | Blistry, butelki, tacki               |   |
| <b>Opakowania giętkie</b> | >A4 LDPE monomateriałowe w modelu B2B | Folie stretch stosowane na paletach, wielkoformatowe torby LDPE, folie termokurczliwe           |
|                           | >A4 LDPE monomateriałowe w modelu B2C | Folie opakowań zbiorczych na napoje, opakowania papieru toaletowego                             |
|                           | Inne >A4 giętkie                      | Inne opakowania giętkie   |
|                           | <A4 LDPE giętkie                      | Saszetki, opakowania typu pouch, owinięcia, małaformatowe torebki                               |
|                           | <A4 PP giętkie                        | Saszetki, opakowania typu pouch, owinięcia, małaformatowe torebki                               |
|                           | <A4 wielomateriałowe giętkie          | Saszetki, opakowania typu pouch, owinięcia, małaformatowe torebki zawierające tworzywo sztuczne |

## MODELE OPAKOWAŃ WIELOKROTNEGO UŻYCIA

- *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.
- *Zwróć z domu* – użytkownik zamawia do domu produkt w opakowaniu, które po opróżnieniu jest od niego odbierane (np. na drodze subskrypcji). W tym model właścicielem opakowania pozostaje firma dostarczająca produkt i po jej stronie leży odpowiedzialność za mycie i ponowną dystrybucję opakowania.
- *Napełnij poza domem* – użytkownik napełnia opakowanie poza domem, np. w sklepie. W tym modelu użytkownik opakowania pozostaje jego właścicielem i odpowiada za jego mycie.
- *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 mycie i redystrybucję.

