# Warszawa, 18.10.2023 r. Obraz zawierający tekst, zrzut ekranu, projekt graficzny, Grafika Opis wygenerowany automatycznie

# Tylko 46% opakowań plastikowych nadaje się do recyklingu! Eksperci wskazali, jakie kroki musi podjąć biznes, by wdrożyć GOZ dla opakowań w Polsce.

# **Zanieczyszczenie plastikiem, w tym odpadami opakowaniowymi, stanowi jedno z najpilniejszych wyzwań środowiskowych naszych czasów. To, jak powinien na nie odpowiadać biznes od 3 lat pokazuje Polski Pakt Plastikowy, zrzeszający przedstawicieli całego łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych. 10 października odbyła się konferencja Paktu „Wiele wyzwań – wspólna wizja opakowań w obiegu zamkniętym”, podczas której eksperci omówili najpilniejsze kwestie związane z zamknięciem obiegu opakowań z tworzyw sztucznych w Polsce. Jakie działania powinien podjąć biznes?**

**W czym tkwi problem? Analiza rynku opakowań i wskazanie kluczowych obszarów zmian**

O opakowaniach z tworzyw sztucznych wprowadzanych na polski rynek nie wiemy dziś zbyt wiele – w obecnym systemie sprawozdawczym firmy są zobowiązane jedynie do raportowania całej masy opakowań z tworzyw sztucznych. Informacje dotyczące obecności w portfolio opakowań nadmiernych i problematycznych, udziału surowców wtórnych w opakowaniach wprowadzonych do obrotu, czy udziału opakowań nadających się do recyklingu nie są gromadzone i analizowane na poziomie systemowym. Największym dostępnym opracowaniem w tym zakresie są *Raporty roczne* Paktu, obejmujące dane z firm odpowiadających za ¼ masy opakowań wprowadzanych do obrotu w Polsce.

*– W Pakcie – jak w soczewce – widać sytuację, w której znajduje się dziś cały rynek. W opublikowanym we wtorek Raporcie[[1]](#footnote-2) za rok 2022 przeanalizowaliśmy poziom wdrażania GOZ w opakowaniach z tworzyw sztucznych przez naszych członków i zidentyfikowaliśmy najważniejsze wyzwania na kolejne lata. To właśnie z twardych danych wyciągamy lekcje na przyszłość i na ich podstawie wyznaczamy kierunki działań nie tylko dla członków Paktu, ale i dla całej branży* **–** skomentowała **Dorota Żmudzińska, Ekspertka ds. GOZ z Sekretariatu Polskiego Paktu Plastikowego.**

Wynikiem analizy było między innymi wskazanie czterech kluczowych obszarów działań, które zostały omówione podczas eksperckich sprintów dyskusyjnych w trakcie Konferencji.

**Które opakowania należy zmienić? Znajomość portfolio opakowań to pierwszy krok do zbudowania strategii**

Pierwszym priorytetem wyznaczonym przez Pakt jest znajomość portfolio opakowań w firmach i, w oparciu o nią, wdrażanie strategii dalszych działań. Jak wskazała **Joanna Kasowska, Dyrektor Jakości i Standardów Zarządzania Żywnością z Żabka Polska:**

*– Nie da się zamykać obiegu bez ekoprojektowania, a ekoprojektowania nie da się wdrożyć bez znajomości portfolio. Ta wiedza jest niezbędna, żeby wiedzieć, które opakowania nadają się do recyklingu i są zrównoważone w najwyższym możliwym stopniu. W Żabce mamy politykę ekoprojektowania i wiemy, w jakich opakowaniach na pewno nie wprowadzimy na rynek produktów marki własnej. Mówiąc o strategiach, warto również wyznaczać horyzont czasowy planowanych zmian i konsekwentnie realizować kolejne zapisy.*

**Agnieszka Koc, Dyrektorka ds. Ochrony Środowiska w sieci Biedronka** wspomniała przy tym również o konieczności budowania realnego zrozumienia dla celów środowiskowych wśród różnych działów organizacji. Celem jest, by strategia opakowaniowa była integralną częścią działań całej firmy. Zdaniem Dyrektorki należy również pamiętać o regularnym poddawaniu podejmowanych działań rewizji wewnętrznej.

**Opakowania giętkie – najpilniejsze wyzwanie w zamykaniu obiegu**

Saszetki, opakowania na chipsy czy batoniki – opakowania giętkie to jedna z najszybciej rozwijających się kategorii opakowań na świecie, która według danych Fundacji Ellen MacArthur już teraz stanowi od 30 do nawet 40% wszystkich opakowań globalnie. Jednocześnie nie mamy dziś na świecie infrastruktury, by zagospodarować takie opakowania. Działania w zakresie opakowań giętkich muszą więc obejmować zarówno eliminację opakowań nadmiernych, jak i przeprojektowanie tych, z których użycia nie da się zrezygnować. Przykładami swoich działań w tym zakresie podzielili się kolejni członkowie Paktu:

*– Najważniejszymi kwestiami w budowaniu strategii w zakresie opakowań giętkich są analiza opakowań, partnerstwo i współpraca z dostawcami. W Lorenz Polska rozpoczęliśmy od szerokiej analizy – m.in. najlepszych praktyk na rynku, oczekiwań konsumentów i przepisów prawa. Chcemy, by wszystkie nasze opakowania nadawały do recyklingu, a wykorzystanie pierwotnych tworzyw sztucznych spadło do 2025 roku o 15% w porównaniu do 2019 roku. By to osiągnąć, zbadaliśmy nasze portfolio. W przypadku niektórych opakowań pocieniliśmy folię, zmniejszyliśmy powierzchnię opakowania i pocieniliśmy zgrzewy, dzięki czemu od 2019 roku zaoszczędziliśmy 56 ton plastiku. Tam, gdzie to możliwe, zastępujemy również opakowania wielomateriałowe monomateriałowymi* – powiedział **Bartosz Sikorski, CSR Manager z Lorenz Polska.**

**Paweł Kornacki, Pełnomocnik Zarządu ds. Systemów Zarządzania i Zrównoważonego Rozwoju w Supravis** wskazał z kolei na istotę współpracy producentów opakowań z przedstawicielami innych etapów łańcucha wartości:

*– Dla nas pomocą w zdobyciu wiedzy o tym, jak projektować opakowania, byli nasi klienci – m.in. dzięki temu, że kupują opakowania również od dostawców z zagranicy. Pakt potwierdził to, czego się dowiedzieliśmy i umożliwił nam dalszą edukację w tym zakresie. Następnie wspólnie z technologami poszczególnych działów musieliśmy zastanowić się, jak zamienić surowce, by opakowanie nadawało się do recyklingu i jednocześnie spełniało wymogi dla kontaktu z żywnością.*

**Skuteczna redukcja pierwotnych tworzyw sztucznych**

Innym kluczowym wnioskiem, jaki wybrzmiał podczas Konferencji, jest konieczność zmniejszenia zużycia surowców pierwotnych w opakowaniach. Jedną ze ścieżek, oprócz eliminacji opakowań nadmiernych i zmniejszania masy opakowań, jest zmiana w kierunku opakowań wielorazowego użytku. Jak podkreślił **Tomasz Korytkowski, Dyrektor ds. Komunikacji Korporacyjnej, Public Affairs oraz Zrównoważonego Rozwoju w Nestlé Polska**, ścieżka ta wiąże się z poszukiwaniem rozwiązań i odpowiadaniem na nowe wyzwania:

*– Rozwiązania alternatywne, jak opakowania wielokrotnego użytku, to spore wyzwanie – pamiętajmy, że konsument szuka rozwiązań wygodnych. Drugą kwestią jest skalowalność rozwiązań – jako Nestlé prowadzimy projekty pilotażowe w tym zakresie na wielu rynkach i obserwujemy, że model sprawdzający się w jednym kraju wcale nie musi sprawdzać się w innym. Dodatkowo ogromną barierą jest brak ujednoliconego systemu – gdyby każdy producent miał mieć swój system reuse lub refill, co by to oznaczało dla konsumenta? To ogromne, niezagospodarowane jeszcze pole do współpracy między firmami.*

Odpowiadając na wyzwania związane z wdrażaniem takich systemów, Polski Pakt Plastikowy zaprezentował kolejną publikację –– ***ABC opakowań wielorazowego użytku[[2]](#footnote-3)****.* Celem opracowania jest wyjaśnienie kluczowych pojęć związanych z opakowaniami wielorazowymi, wskazanie kluczowych regulacji w zakresie stosowania i wdrażania systemów opakowań wielokrotnego użytku, a także przedstawienie ich możliwości i ograniczeń w oparciu o dobre praktyki z Polski i świata.

**System recyklingu działający w praktyce i na dużą skalę**

Ostatnim wyzwaniem wynikającym z *Raportu rocznego* Paktu jest brak efektywnego systemu recyklingu opakowań plastikowych, działającego w Polsce w praktyce i na dużą skalę. **Edyta Urbaniak-Konik, Członek Zarządu w PreZero Bałtycka Energia** podkreśliła, że podejście do systemu recyklingu musi być konkurencyjne, różnorodne i innowacyjne. Kluczowa jest jej zdaniem również świadomość wysokich kosztów wdrożenia takiego systemu. Z drugiej strony, jak pokazał przykład firmy Danone, zaprezentowany przez **Paulinę Kaczmarek, Head of Sustainability w grupie spółek Danone**, biznes nie musi biernie czekać na rozwiązania systemowe:   
  
*– Choć mamy świadomość, jak potrzebne są rozwiązania legislacyjne takie jak ROP, nie poprzestajemy na oczekiwaniu i zastanawiamy się nad tym, co my sami jako firmy możemy dziś zrobić*. *Rozpoczynając nasz program zamykania obiegu opakowań z polistyrenu, podjęliśmy współpracę z organizacjami odzysku opakowań. Przeprowadziliśmy sesję dyskusyjną i przeanalizowaliśmy cały cykl życia opakowania. Dzięki temu dowiedzieliśmy się o nowej technologii dekontaminacji z Politechniki Śląskiej. Do partnerstwa zaprosiliśmy Rekopol O.O.O. i zastanowiliśmy się, co dalej. Podjęliśmy współpracę z sortowniami, które wysortowały dla nas odpowiednie opakowania. Technologia dekontaminacji okazała się skuteczna podczas testów i dziś pozwala uzyskać lepszej jakości recyklat, z którego wykonywane są m.in. doniczki, czy maty podłogowe. W kolejnych miesiącach planujemy rozwój i zwiększanie skali projektu.*

**Jak przyspieszyć wdrażanie GOZ w Polsce?**

Analiza osiąganych rezultatów, wyznaczenie obszarów działań, dyskusja nad rozwiązaniami oraz wyznaczenie szans i barier to proces, który sfinalizują dopiero realne działania. **Małgorzata Greszta z Sekretariatu Polskiego Paktu Plastikowego** wskazała, jak istotna jest w tym zakresie współpraca międzysektorowa:

*– Coraz częściej słyszy się o konieczności współpracy między firmami. To właśnie na tej idei zbudowaliśmy Pakt. Już od ponad 3 lat tworzymy silne partnerstwo, łączące przedstawicieli całego łańcucha wartości opakowań i odpowiadające na wyzwania rynkowe. Doskonale obrazują to też przykłady wskazane przez naszych członków – to właśnie wymiana wiedzy z wprowadzającymi opakowania do obrotu pozwoliła firmie Supravis przeprojektować swoje opakowania, współpraca Biedronki z dostawcami umożliwiła realizację kolejnych wdrożeń w zakresie ekoprojektowania, a m.in. dzięki współpracy z Rekopolem Danone zbudował swój program odzysku kubeczków po nabiale. Od lat przekonujemy rynek o konieczności międzysektorowego dialogu i widzimy, że przynosi on efekty.*

Ze słowami Małgorzaty Greszty zgadzają się kolejne podmioty – podczas Konferencji do grona Paktu dołączyła Polska Izba Gospodarki Odpadami oraz 4 firmy – **Ecowipes, Grupa Śnieżka, Paccor (część Grupy Faerch) oraz Sushi&Food Factor.** Jak powiedziała **Aleksandra Małozięć, Dyrektor ds. Komunikacji Korporacyjnej i ESG w Grupie Śnieżka S. A.**:

*– Jako firmy nie jesteśmy w stanie działać w tym obszarze sami i chcemy korzystać z synergii płynącej z partnerstwa.*

Firmy, które są zainteresowane wkroczeniem na ścieżkę zamykania obiegu opakowań z tworzyw sztucznych i chcą skorzystać z rozwiązań Paktu, mogą zgłaszać się pod adresem: [sekretariat@paktplastikowy.pl](mailto:sekretariat@paktplastikowy.pl).

**Więcej informacji:**

[www.paktplastikowy.pl](http://www.paktplastikowy.pl) | <https://www.linkedin.com/company/72716908/>

**Kontakt:**

Edyta Wyrodek

Młodsza Specjalistka ds. Komunikacji i Marketingu

[sekretariat@paktplastikowy.pl](mailto:sekretariat@paktplastikowy.pl)

**DODATKOWE INFORMACJE**

**Polski Pakt Plastikowy**

Polski Pakt Plastikowy to międzysektorowa inicjatywa, która stawia sobie za cel zmianę obecnego

modelu wykorzystywania tworzyw sztucznych w opakowaniach na polskim rynku w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego. Została powołana w ramach Kampanii 17 Celów i jest częścią Plastics Pact Network Fundacji Ellen MacArthur.

**Cele Polskiego Paktu Plastikowego**

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.

1. [www.paktplastikowy.pl/publikacje](http://www.paktplastikowy.pl/publikacje) [↑](#footnote-ref-2)
2. [www.paktplastikowy.pl/publikacje](http://www.paktplastikowy.pl/publikacje) [↑](#footnote-ref-3)