



## Pakowanie less waste

Opakowania zwrotne, papier lub bawełna zamiast plastiku, a może jadalna osłona dla warzyw i owoców? Sposobów na obniżenie negatywnego wpływu na środowisko nie brakuje, a sieci handlowe coraz aktywniej włączają się w działania na rzecz ekologii. Z jednej strony jest to efektem coraz bardziej restrykcyjnych przepisów, a z drugiej coraz większej świadomości klientów, co z kolei przekłada się na przewagę konkurencyjną.

**TEKST:** Miłosz Cieszyński

**N**a początku roku Polska Sieć Handlowa Lewiatan wprowadziła w swoich sklepach ekologiczne kartony, w które klienci mogą wygodnie spakować nawet duże zakupy. Są one produkowane z wytrzymałej, w pełni poddającej się recyklingowi tekstury falistej i pozwalają na wygodne spakowanie i transport towarów o wadze nawet do 20 kg. Nadruki są wykonane ekologicznymi farbami wodnymi, a do sklejenia kartonów zastosowano ekologiczne kleje na bazie wody.

Jak zaznacza w informacji przekazanej przez sieć Marcin Poniatoński, członek zarządu Lewiatan Holding, karton automatyczny jest przyszłością w transporcie produktów spożywczych do domu przez klientów.

– Lewiatan jako pierwsza sieć w Polsce wprowadza do sklepów to innowacyjne i ekologiczne rozwiązanie do pakowania zakupów. Co ważne, karton ma certyfikat nadawany przez Forest Stewardship Council, która jest organizacją odpowiedzialną za certyfikację lasów oraz wszelkiego rodzaju wyrobów z drewna i papieru.

Dzięki temu mamy pewność, że drewno do produkcji kartonów pozyskano, nie naruszając przy tym bogactw biologicznych i struktury lasów – podkreśla Marcin Poniatoński.

Według Lewiatana badania wskazują, że co trzeci Polak ma świadomość, że używa zbyt dużo foliowych toreb, a aż 78% wskazało, że firmy powinny się angażować w przygotowanie produktów i opakowań jak najmniej oddziałujących na środowisko.

– Zaobserwowaliśmy, że nasi klienci coraz częściej zwracają uwagę na opakowanie



Prosto z pola, przez centrum dystrybucyjne Kaufland, na półkę sklepową w jednej skrzynce (fot. Euro Pool Partner)



produktu oraz sposób jego transportu. Zdecydowaliśmy się wprowadzić kartony, by wspomóc aktywności konsumentów, którzy troszczą się o środowisko naturalne i chcą ograniczyć ilość odpadów. Co ważne, kartonów można używać wielokrotnie nie tylko podczas zakupów, ale także wykorzystywać do innych celów w domu czy samochodowym bagażniku – tłumaczy Marcin Poniatowski.

Karton z powodzeniem zastąpił również opakowania termiczne z polistyrenu ekspandowanego (EPS) w firmie Patani Global Food B.V. Dzięki współpracy z producentem opakowań Smurfit Kappa powstał Thermo Box służący do transportu żywności chłodzonej i mrożonej, wykonany w całości z papieru. Nie tylko utrzymuje on warunki termiczne, ale jest w pełni zdalny do recyklingu. Jest również bardziej elastyczny niż EPS i może być przechowywany na płasko. Pozwala to obniżyć koszty magazynowania i umożliwia tworzenie różnych rozmiarów. Z kolei zewnętrzna warstwa tektury pozwala na promocję i budowanie wizerunku marki.



Thermo Box służy do transportu żywności chłodzonej i mrożonej, a wykonany jest w całości z papieru (fot. Smurfit Kappa)

– Przeprowadziliśmy serię testów temperatury w celu porównania nowego opakowania z pojemnikiem EPS, a wyniki pokazały, że Thermo Box jest naprawdę doskonałym produktem, który wykracza poza założenia projektowe. Średnia temperatura była nawet niższa przez dłuższy czas niż w przypadku stosowania pojemników EPS – przyznał Patrick Oostveen, dyrektor zarządzający Patani Global Food B.V.

### Obracanie opakowaniem

Z perspektywy wpływu łańcucha dostaw na środowisko naturalne przed opakowaniami stawiane są również nowe wymagania. Chodzi o możliwość ich ponownego wykorzystania przy jednoczesnym ograniczeniu emisji CO<sub>2</sub> niezbędnej do ich transportu. Carrefour, chcąc zmniejszać swój wpływ na środowisko w łańcuchu dostaw, od wielu lat korzysta z palet wielokrotnego użytku, które stanowią ponad 90% wszystkich używanych przez sieć. Dzięki zastosowaniu palet zwrotnych w logistyce sieć przyczyniła się



Lewiatan udostępnił klientom sklepów kartony do pakowania zakupów z tektury falistej (fot. Lewiatan)

do uratowania od wycinki blisko 3200 drzew, redukcji emisji CO<sub>2</sub> do atmosfery o ponad 3800 t oraz redukcji ilości odpadów o 312 t. By zoptymalizować transport, a także zredukować puste przejazdy ciężarówek z magazynów do centrali, Carrefour Polska wprowadził backhauling, który obecnie stanowi od 20 do 30% aktywności transportowej sieci. Ponadto, maksymalizując wysokość nośników – poprzez wprowadzenie nadstawek paletowych – zdołał zoptymalizować wypełnienie naczep i tym samym zmniejszyć liczbę przejeżdżanych kilometrów. Sieć korzysta też z systemu umożliwiającego optymalizację całego procesu transportu od dostawcy do sklepu. Sieć Kaufland, korzystając z rozwiązań Euro Pool System, jeszcze w 2018 r. zdecydowała się na transport owoców i warzyw w całej Europie na zielonych tacach zwrotnych. Produkty są pakowane na nie już u producentów i w tej formie trafiają przez centra dystrybucyjne wprost na półki sklepowe. Co więcej, dzięki zastosowaniu kodów QR obsługa sklepu nie musi już segregować opakowań, które wracają do Euro Pool System. Sieć oszacowała, że dzięki temu rozwiązaniu tylko w ubiegłym roku zmniejszyła emisję CO<sub>2</sub> o ok. 42 000 t.

### Nie tylko jedzenie

Coraz wyższe wymagania stoją również przed jednostkowymi opakowaniami, które w przypadku sprzedaży internetowej, np. w branży modowej, coraz częściej służą nie tylko do wysyłki towaru, ale również do obsługi zwrotów. Grupa LPP nadała im drugie życie poprzez zastosowanie drugiego paska kleju, dzięki czemu kartony wykorzystywane są zarówno do dostawy zamówienia do klienta, jak i do zwrotów. Ponadto zróżnicowano rozmiar opakowań kartonowych. Teraz zależnie od marki obowiązuje do 10 rozmiarów. To wraz z połączeniem kanałów B2B i B2C poprzez dostawy Click&Collect, w ramach których do salonów trafiają przesyłki kumulowane w opakowania zbiorcze, zaowocowało zmniejszeniem zużycia opakowań kurierskich, wpływając jednocześnie na redukcję emisji CO<sub>2</sub>. Grupa LPP jako pierwsza polska firma przystąpiła do globalnego postanowienia New Plastics Economy Global Commitment, w ramach którego zadeklarowała, że do 2025 r. będzie wykorzystywać tylko takie opakowania, które nadają się do ponownego użycia, poddają się recyklingowi lub kompostowaniu. To międzynarodowe porozumienie zainicjowane przez fundację Ellen MacArthur we współpracy z ONZ, którego celem jest całkowita eliminacja plastikowych odpadów niepodlegających obiegowi zamkniętemu. Obecnie LPP używa foliopaków

pochodzących z materiału z recyklingu. Zrezygnowano z foliowych wypełniaczy na rzecz papierowych z recyklingu, a do opakowań Click&Collect wprowadzono taśmy papierowe.

Sieć sklepów CCC wycofała całkowicie foliowe opakowania swoich produktów, zastępując je papierowymi torbami z recyklingu. Również zamawiając w sklepie internetowym CCC lub na eobuwie.pl, nie otrzymamy przesyłki w tzw. foliówce. Co więcej, zużycie opakowań kartonowych zostało ograniczone dzięki zastosowaniu automatów sklejących pudełka do butów. Takie zautomatyzowanie procesów magazynowych zaowocowało oszczędnością na poziomie 100 t kartonów rocznie.

### Plastikowa pandemia

Jednak jak podkreśla agencja Deloitte, pandemia COVID-19 pokazała, jak bardzo społeczeństwa są zależne od tworzyw sztucznych. Z szacunków Światowej Organizacji Zdrowia wynika, że w tym czasie świat zużywa miesięcznie ok. 89 mln maseczek i 76 mln rękawiczek, znacznie zwiększając ogólną konsumpcję tworzyw sztucznych jednorazowego użytku. Mimo wzrostu zużycia produktów jednorazowych ze względu na higieniczne i higieniczne w ostatnich

miesiącach, Komisja Europejska wykluczyła możliwość przesunięcia terminów wejścia w życie regulacji unijnych dotyczących tworzyw sztucznych. Zgodnie z tzw. Pakietem GOZ, czyli Circular Economy Package, do 2025 r. Polska musi odzyskać 50% tworzyw sztucznych zawartych w odpadach opakowaniowych. Tymczasem wciąż brakuje rozwiązań, które pozwoliłyby polskim przedsiębiorcom dostosować swoje biznesy do nadchodzących regulacji.

– Przyzwyczailiśmy się już, by myśleć o plastiku jako o czymś złym, niepotrzebnym, co tylko zanieczyszcza planetę. Pandemia niejako przemodelowała ten obraz i zobaczyliśmy plastik jako materiał „ochronny”, konieczny w przypadku takiego zagrożenia. To na chwilę odwróciło naszą uwagę od zagrożeń, jakie niesie dla środowiska. Teraz, kiedy zapotrzebowanie na plastik jest zwiększone, szczególnie powinniśmy skoncentrować nasze wysiłki na skutecznych rozwiązaniach dotyczących recyklingu – mówi Julia Patarska, Partner Associate, ekspert w obszarze analiz ekonomicznych i środowiskowych, Deloitte.

Zgodnie z pakietem GOZ, który wszedł w życie 5 lipca, Polska musi odzyskiwać 50% tworzyw sztucznych z odpadów opakowaniowych do 2025 r. oraz 55% do 2030 r. W przypadku opakowań plastikowych

wyprodukowanych z PET po napojach dyrektywa zwiększa ten poziom o 40 pp. i zakłada, że poziom ich zebrania z rynku wyniesie aż 90%. Pierwotnie ten cel miał być osiągnięty już w 2025 r., ostatecznie jednak proces został rozłożony na dwa etapy: 77% do 2025 r. i 90% do 2029. Aby osiągnąć te cele, państwa mają ustanowić systemy kaucyjne oraz wdrożyć efektywne systemy rozszerzonej odpowiedzialności producentów.

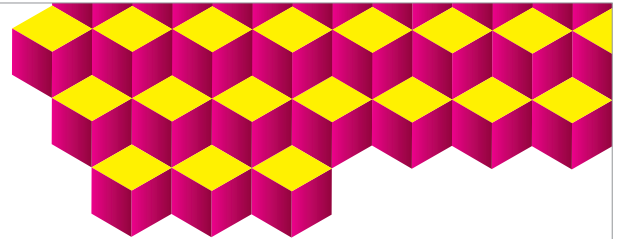
W lipcu przyszłego roku Polska powinna implementować kolejną dyrektywę (SUP) zakazującą wprowadzania do obrotu niektórych produktów jednorazowego użytku, takich jak sztućce, talerze, kubki i patyczki higieniczne, co będzie miało szczególne znaczenie dla wielu przedsiębiorców z branży gastronomicznej, spożywczej czy kosmetycznej. Dyrektywa SUP wprowadza także obowiązek „domykania obiegu” dla wybranych produktów. Od 2024 r. wszystkie butelki PET będą musiały zawierać co najmniej 25% tworzywa pochodzącego z recyklingu, a w 2030 r. obowiązek ten będzie dotyczył już wszystkich plastikowych butelek, natomiast udział tworzywa z recyklingu wzrośnie do 30%. Co więcej, Komisja Europejska analizuje wprowadzenie w nowej perspektywie budżetowej (2021-2027) dodatkowego podatku od ilości tworzyw sztucznych, które nie zostaną poddane recyklingowi. 🌱

REKLAMA:

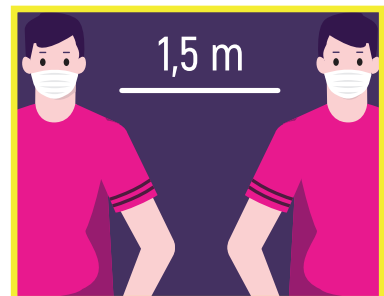
24-25 września 2020, EXPO XXI Warszawa

# PACKAGING Innovations

12. Międzynarodowe Targi Opakowań



## BEZPIECZNY POWRÓT DO GRY



Organizator: Targi w Krakowie Sp. z o.o. • [packaginginnovations.pl](http://packaginginnovations.pl)