

POLSKI PAKT PLASTIKOWY RAPORT ROCZNY

2022

Warszawa, październik 2023



LIDER INICJATYWY



KAMPANIA
17. CELÓW

SPIS TREŚCI

O raporcie »3

Słowo wstępne – działania Paktu w 2022 roku »4

Członkowie Paktu w 2022 roku »6

Członkowie wspierający Paktu w 2022 roku »7

Streszczenie i kluczowe liczby »8

Portfolio opakowań członków Paktu »10

Cel 1: Identyfikacja i eliminacja wskazanych opakowań nadmier-
nych i problematycznych z tworzyw sztucznych poprzez przepro-
jektowanie, innowacje i alternatywne modele dostawy »12

Cel 2: Dążenie do zmniejszenia o 30% użycia pierwotnych two-
rzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzanych na rynek »20

Cel 3: 100% opakowań z tworzyw sztucznych na polskim rynku
nadaje się do ponownego wykorzystania lub recyklingu »26

Cel 4: Dążenie do zwiększenia udziału surowców wtórnych
w opakowaniach z tworzyw sztucznych do poziomu 25% »34

Cel 5.: Efektywne wsparcie systemu zbiórki i recyklingu
opakowań aby osiągnąć poziom recyklingu w wysokości co
najmniej 55% na polskim rynku »39

Cel 6.: Podniesienie jakości i efektywności edukacji konsu-
mentów w zakresie segregacji, recyklingu, ponownego wyko-
rzystania i ograniczenia zużycia opakowań »47



O RAPORCIE

Raport Roczny 2022 to trzecie opracowanie tego rodzaju opublikowane przez Polski Pakt Plastikowy (dalej: Pakt). Publikacja ma na celu przedstawienie postępu w realizacji celów inicjatywy, jednocześnie odwołując się do danych z lat poprzednich zawartych w *Raporcie Otwarcia* i *Raporcie Rocznym 2021*. Dokument prezentuje zagregowane wyniki liczbowe poszczególnych firm członkowskich za 2022 rok oraz przykłady podejmowanych przez nich działań (dobre praktyki), a także podkreśla strategiczne kierunki dalszych działań, niezbędnych do realizacji celów inicjatywy. Raport podsumowuje również aktywności realizowane wspólnie w ramach Paktu.

Raport został opracowany na podstawie indywidualnych sprawozdań 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, sieci handlowe i firmy zajmujące się handlem detalicznym..

Więcej informacji o działaniach Polskiego Paktu Plastikowego znaleźć można pod adresem www.paktplastikowy.pl.



SŁOWO WSTĘPNE – DZIAŁANIA PAKTU W 2022 ROKU

Rewolucja w zakresie zamykania obiegu opakowań plastikowych nabiera tempa. Podejmowane dotychczas dobrowolnie działania firm, stopniowo stają się wymogiem. 2022 rok był pod tym względem przełomowy.

Z perspektywy przedsiębiorców, jednym z najistotniejszych momentów ubiegłego roku było opublikowanie przez Komisję Europejską projektu rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych (PPWR), które ma na celu ograniczenie ich negatywnego wpływu na środowisko. Komisja postawiła przed biznesem konkretne, bardzo ambitne cele, których realizacja doprowadzić ma do zmniejszenia wytwarzania odpadów opakowaniowych, promowania gospodarki o obiegu zamkniętym i wsparcia wykorzystania surowców wtórnych. Drugim przełomowym momentem 2022 roku było rozpoczęcie prac nad traktatem mającym na celu wyeliminowanie zanieczyszczenia planety tworzywami sztucznymi (tzw. Traktat Plastikowy ONZ). Dokument, nad którym prace mają być zakończone w 2024 roku, ma szansę być przełomowym aktem prawnym w zakresie cyrkularnego gospodarowania opakowaniami plastikowymi.



Kiedy w 2020 roku Polski Pakt Plastikowy rozpoczynał swoje działania stawiając przed sobą 6 Celów strategicznych, postulaty inicjatywy postrzegane były jako „niemożliwe do osiągnięcia” czy „zbyt ambitne”. Rzeczywistość pokazuje jednak, że od zmiany nie ma już odwrotu, a zamknięcie obiegu opakowań jest jedynym słusznym kierunkiem.

Polski Pakt Plastikowy w swojej trzyletniej działalności nieustannie pracuje z firmami członkowskimi, organizacjami wspierającymi oraz Radą Ekspertów nad tworzeniem rozwiązań i narzędzi, które pozwalają przedsiębiorcom z całego łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych w transformacji w kierunku GOZ. Wszystkie podejmowane

inicjatywy wynikają niezmiennie z *Mapy Drogowej* – dokumentu, który szczegółowo opisuje sposób, w jaki Pakt ma realizować swoje Cele strategiczne. Jednym z najistotniejszych rezultatów prac prowadzonych w 2022 roku było opracowanie, w szerokim partnerstwie, polskiej wersji *9 Złotych Zasad Projektowania*, czyli wytycznych dla firm w zakresie ekoprojektowania. Kolejnym narzędziem opracowanym w ramach działań Grupy Roboczej Paktu i udostępnionym wszystkim firmom na rynku są *Karty opakowań problematycznych*, przedstawiające strategie działania w zakresie eliminacji najtrudniejszych do zagospodarowania opakowań. W 2022 roku rozpoczęto również wewnętrzne prace nad takimi obszarami jak opakowania wielokrotnego użycia, surowce wtórne w opakowaniach i edukacja konsumentów. Ich rezultaty zostaną udostępnione w 2023 i 2024 roku. Wszystkie te działania realizowane są na drodze współpracy w Grupach Roboczych, które zrzeszają przedstawicieli całego łańcucha wartości opakowań. Tylko w międzysektorowym partnerstwie można bowiem wypracować holistyczne i kompleksowe rozwiązania.

Raport roczny, który składamy na Państwa ręce, pokazuje zarówno postęp, jaki udało się osiągnąć na przestrzeni lat (m.in. niemal podwojenie udziału recyklatów we wprowadzanych opakowaniach między 2020 a 2022 rokiem czy stopniowa eliminacja kolejnych opakowań problematycznych), jak i obszary wymagające pilnej interwencji.

Pomimo wielu podejmowanych działań – zarówno na poziomie indywidualnych firm (przedstawionych w raporcie w formie aż ponad 50 dobrych praktyk), jak i wspólnych aktywności realizowanych przez Pakt – przed nami jeszcze dużo do zrobienia. Do terminu realizacji Celów strategicznych Paktu pozostało dwa i pół roku. Czasu nie jest wiele, ale wykorzystany efektywnie może zaowocować istotnym postępem w realizacji naszych celów!

Sekretariat Polskiego Paktu Plastikowego



CZŁONKOWIE PAKTU W 2022 ROKU*

PRODUCENCI TWORZYW SZTUCZNYCH



PRODUCENCI OPAKWAŃ I ICH ELEMENTÓW



PRODUCENCI PRODUKTÓW W OPAKOWANIACH



NOWE ROZWIĄZANIA



SIECI HANDLOWE



HANDEL DETALICZNY



ZARZĄDZANIE ODPADAMI



RECYKLING



ORGANIZACJA ODZYSKU OPAKWAŃ



EKSPERTYZA W ZAKRESIE RYNKU OPAKWAŃ



* Stan na kwiecień 2023 roku.

CZŁONKOWIE WSPIERAJĄCY PAKTU W 2022 ROKU

ORGANIZACJE POZARZĄDOWE



Global Compact
Network Poland



ORGANIZACJE BIZNESOWE



Krajowa Izba Gospodarcza
Przemysłu Rozlewniczego



KRAJOWA UNIA
PRODUCENTÓW SOKÓW



POLSKA FEDERACJA
PRODUCENTÓW ŻYWNOSCI
ZWIĄZEK PRACODAWCÓW



POLSKI
ZWIĄZEK
PRZEMYSŁU
KOSMETYCZNEGO



POLSKI ZWIĄZEK
PRZETWÓRCÓW TWORZYW SZTUCZNYCH



Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego



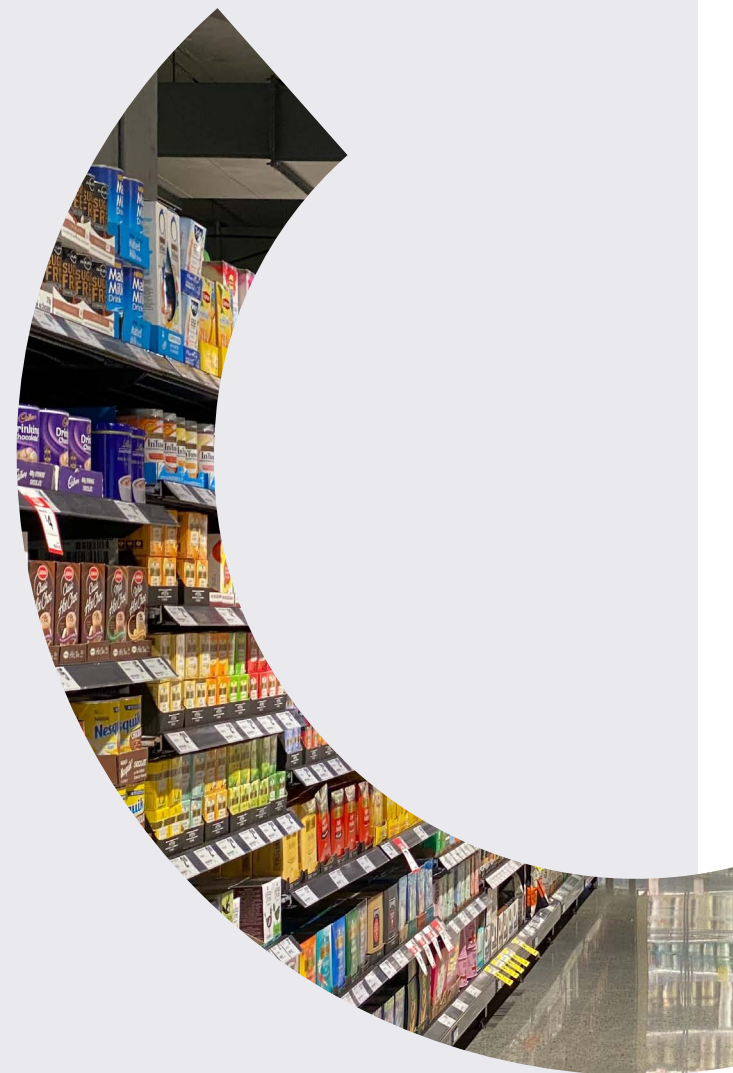
Dobro dla Przeciwiecia

natureef.pl

JEDNOSTKI BADAWCZE



Łukasiewicz
Łódzki Instytut Technologiczny



STRESZCZENIE I KLUCZOWE LICZBY

**271,7
tysięcy ton**

masa opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzonych do obrotu przez członków Polskiego Paktu Plastikowego w 2022 roku (10% wzrost względem masy opakowań raportowanej w 2021 roku).

Członkowie Paktu odpowiadają za **24%** opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzanych do obrotu na polskim rynku.

4 kategorie opakowań stanowią łącznie aż **79% masy opakowań** wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu:

- butelki PET (34,5%),
- opakowania wielomateriałowe giętkie (20,4%),
- opakowania sztywne PP inne niż butelki (13,6%),
- opakowania LDPE monomateriałowe o rozmiarze >A4 w modelu B2C (10,3%).

CEL 1



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

Opakowania, do których eliminacji firmy dążą do końca 2023 roku, można znaleźć wyłącznie w pojedynczych zastosowaniach o marginalnym znaczeniu (opakowania PVC i EPS stanowią łącznie **jedynie 0,3% masy** opakowań Paktu). Więcej na ten temat na [str. 12](#).

Grupą opakowań problematycznych, która stanowi dziś jedno z największych wyzwań, są **opakowania wielomateriałowe giętkie**. Kategoria ta obecna jest w portfolio co najmniej 7 organizacji i obejmuje łącznie **ponad 20% całkowitej masy** opakowań wprowadzanych do obiegu przez członków Paktu. Co istotne, raportujące firmy wskazują na duże ograniczenia w zakresie możliwości ich eliminacji (ze względu na bariery technologiczne, jak i wysoki koszt wprowadzania rozwiązań monomateriałowych).

Folia stretch i folie w opakowaniach zbiorczych to dwie najczęściej spotykane kategorie opakowań nadmiernych wprowadzanych do obrotu. O działaniach firm w zakresie ich eliminacji przeczytać można na [str. 17 - 19](#).

CEL 2

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

6,6% – spadek bezwzględny zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych względem roku bazowego (2018 r.). **Jednocześnie poziom wykorzystania surowców pierwotnych w 2022 roku wzrósł** względem poprzedniego roku (ze 178 tys. ton do 186 tys. ton).

CEL 3

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

45,5% – udział opakowań nadających się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę w Polskim Pakcie Plastikowym. To wzrost o 2,5 punktu procentowego w porównaniu z rokiem poprzednim.

3 z 16 raportujących firm wprowadzających opakowania do obrotu w 2022 roku poczyniło kroki w celu rozwoju segmentu opakowań wielokrotnego użytku.

CEL 4

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

9,8% – średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez członków Polskiego Pakcie Plastikowego w 2022 roku.

10,3% – średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych na rynek przez producentów opakowań zrzeszonych w Polskim Pakcie Plastikowym w 2022 roku. Wynik utrzymano na podobnym poziomie w porównaniu do roku poprzedniego (spadek o 0,5 punktu procentowego).

CEL 5

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

31,5% – poziom recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych (2019 rok).

W sprawozdaniu Komisji Europejskiej z 2023 roku Polska wymieniona została jako jeden z krajów Unii, w którym istnieje ryzyko nieosiągnięcia celów na 2025 rok w zakresie poziomu recyklingu dla odpadów komunalnych oraz wszystkich opakowaniowych. Opakowania z tworzyw sztucznych określone zostały jako strumień o największym ryzyku.

CEL 6

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

33 – projekty edukacyjne skierowane do konsumentów w obszarze Celów strategicznych Paktu zrealizowane w 2022 roku przez firmy członkowskie.



PORTFOLIO OPAKOWAŃ CZŁONKÓW PAKTU

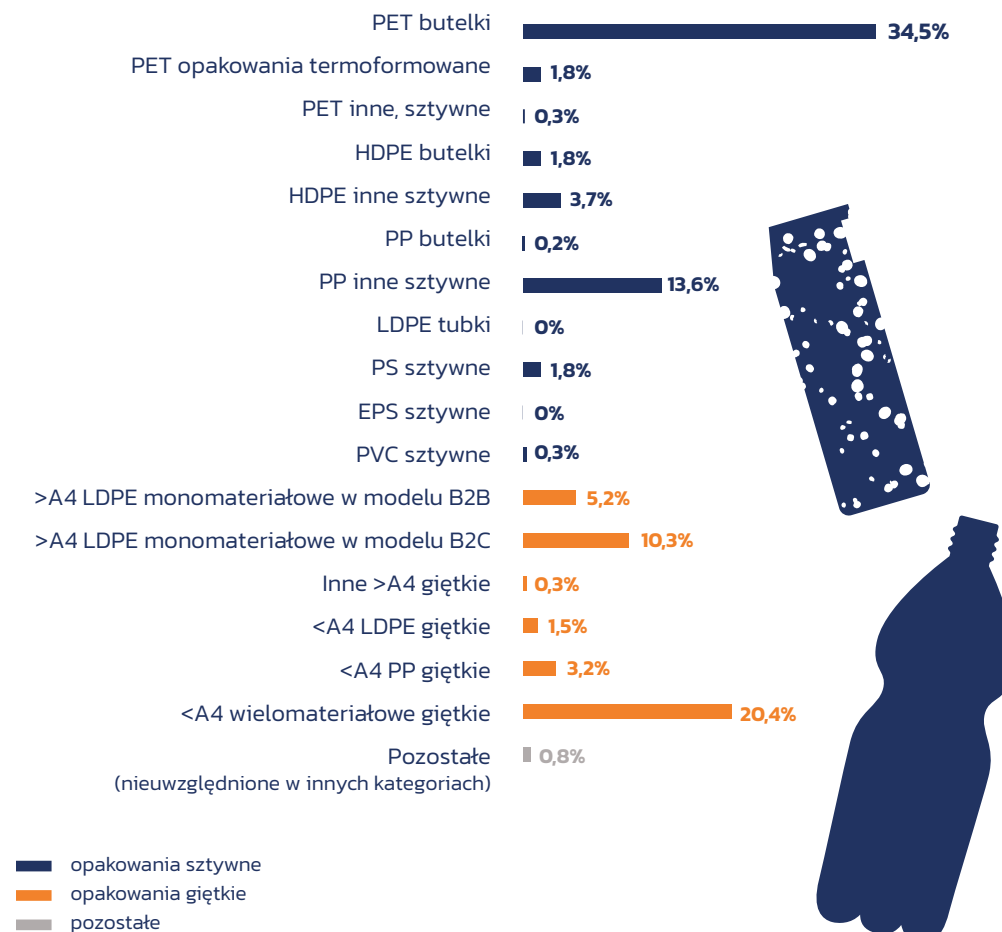
Członkowie Polskiego Paktu Plastikowego w 2022 roku wprowadzili do obrotu około **271,7 tysięcy ton** opakowań z tworzyw sztucznych, odpowiadając tym samym za 24% opakowań wprowadzonych do obrotu w Polsce w tym okresie.

Jest to **10% wzrost** względem masy opakowań raportowanej w 2021 roku, wynikający z rosnącej liczby członków Paktu oraz zwiększenia skali działań niektórych firm.

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. Strukturę wprowadzanych opakowań¹ przedstawiono na rys. 1.

RYŚ. 1. PORTFOLIO OPAKOWAŃ Z TWORZYW SZTUCZNYCH WPROWADZANYCH DO OBROTU PRZEZ CZŁONKÓW PAKTU W 2022 ROKU.



¹ 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 lub dane te dostępne są wyłącznie na poziomie międzynarodowym.

- Udział poszczególnych kategorii opakowań w ich całkowitej masie wprowadzonej do obrotu nie zmienił się znacznie w porównaniu z poprzednim rokiem.

- Cztery kategorie opakowań (butelki PET, opakowania sztywne PP inne niż butelki, opakowania wielomateriałowe giętkie i opakowania LDPE monomateriałowe w modelu B2C (>A4)) stanowią łącznie aż 79% masy opakowań wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu.

- Na szczególną uwagę zasługują opakowania wielomateriałowe giętkie o rozmiarze mniejszym niż format A4, których udział w masie opakowań wzrósł o ponad 6 punktów procentowych rok do roku. Jednocześnie opakowania z tej kategorii zostały zaklasyfikowane przez Pakt do grupy opakowań problematycznych, stąd ich rosnący udział w masie opakowań niepokoi.

- Cztery kategorie opakowań zidentyfikowane jako kluczowe pod kątem właściwego projektowania z myślą o recyklingu w 9 Złotych Zasadach Projektowania (butelki i tacki PET, opakowania sztywne z PP i HDPE oraz opakowania jednostkowe giętkie), stanowią łącznie ponad 86% masy opakowań wprowadzanych do obiegu w Pakcie. Działania firm w zakresie projektowania z myślą o recyklingu w obszarze tych czterech kategorii powinny być priorytetowe.





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

Ograniczenie opakowań nadmiernych i problematycznych przynosi szereg korzyści systemowych. Pozwala zmniejszyć ilość tworzyw sztucznych wprowadzanych do obrotu, zwiększyć poziom recyklingu opakowań oraz zredukować ich przedostawanie się do środowiska. To kluczowy krok, który musi zostać wykonany przez przedsiębiorstwa, aby zamknięcie obiegu opakowań było możliwe. Raport z września 2021 roku Opakowania nadmierne i problematyczne przedstawia 17 rodzajów opakowań lub ich elementów, które zostały zaklasyfikowane w Polskim Pakcie Plastikowym jako nadmierne lub problematyczne, zgodnie z przyjętymi kryteriami.

WYNIKI – OPAKOWANIA NADMIERNE

Spośród zidentyfikowanych przez Pakt opakowań nadmiernych w firmach członkowskich najpowszechniej występują:

- folia stretch (około 5% masy opakowań wprowadzanych przez Pakt) – firmy podejmują szereg działań mających na celu zwiększenie efektywności i zminimalizowanie użycia folii, m.in. poprzez testowanie materiału o zredukowanej grubości lub perforowanej, testy zwiększania naciągu i rozciągliwości folii;

- folie w opakowaniach zbiorczych – raportujące organizacje koncentrują swoje działania wokół zamiany folii zbiorczych na opakowania kartonowe (tam, gdzie jest to możliwe), redukcji wymiarów i grubości folii, stosowania folii zawierających surowce

wtórne, czy – raportowanej znacznie rzadziej – całkowitej eliminacji folii.

Pozostałe opakowania nadmierne zidentyfikowane przez Pakt występują w pojedynczych organizacjach. Warto zauważyć, że coraz więcej firm samodzielnie identyfikuje opakowania o wysokim potencjale redukcji i sukcesywnie eliminuje je ze swojego portfolio (np. wyeliminowanie elementów dekoracyjnych z opakowań, usunięcie przekładek plastikowych na paletach, redukcja wielkości poszczególnych opakowań przy zachowaniu masy produktu).

Przykłady podejmowanych działań można znaleźć w sekcji Dobre Praktyki oraz Raporcie Rocznym 2021.



WYNIKI – OPAKOWNIA PROBLEMATYCZNE

Na rys. 2. przedstawiono liczbę firm, które wprowadzają do obrotu opakowania problematyczne.

- Ze względu na zróżnicowane portfolio opakowań i konieczność zapewnienia bezpieczeństwa żywności, największe wyzwania w zakresie eliminacji opakowań problematycznych stoją dziś przed sieciami handlowymi i producentami żywności.
- Większość organizacji posiada lub jest w trakcie opracowywania wewnętrznych wytycznych mających na celu określenie wymogów wobec opakowań wprowadzanych do obrotu, między innymi poprzez ograniczenie opakowań problematycznych i nadmiernych.
- Grupą opakowań, która stanowi dziś jedno z największych wyzwań, są opakowania wielomateriałowe giętkie. Ta kategoria obecna jest w portfolio co najmniej 7 organizacji i obejmuje ponad 20% całkowitej masy opakowań wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu. Co istotne, raportujące firmy wskazują na duże ograniczenia w za-

kresie możliwości ich eliminacji (ze względu zarówno na bariery technologiczne, jak i wysoki koszt wprowadzania rozwiązań monomateriałowych).

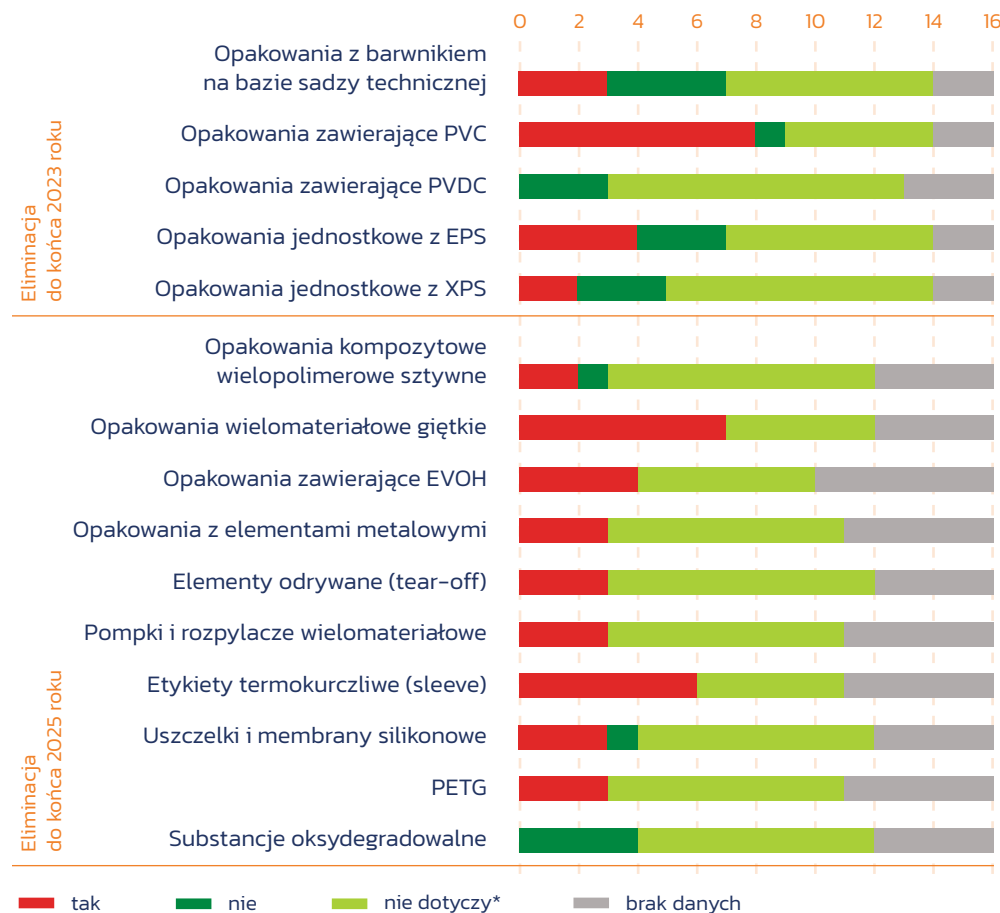
- Opakowania zawierające PVDC oraz substancje oksydegradowalne nie figurują w portfolio odpowiednio 13 i 12 spośród 16 raportujących organizacji.
- Opakowania, które Pakt zamierza wyeliminować do końca 2023 roku, z wyjątkiem PVDC, mają marginalne zastosowanie w portfolio firm (opakowania EPS i PVC stanowią łącznie niewiele ponad 0,3% masy opakowań wprowadzanych przez przedsiębiorstwa zrzeszone w Pakcie).
- 2 z 3 firm, które mają w swoim portfolio opakowania zawierające barwnik na bazie sadzy technicznej deklarują ich eliminację do końca 2023 roku.

– Liczba firm wprowadzających do obrotu opakowania zawierające PVC wzrosła z 5 w 2021 roku do 8 w 2022 roku. Wzrost wskaźnika wynika z lepszego dostępu do danych w firmach oraz zwiększenia liczby raportujących przed-

siębiorstw. Warto podkreślić, że tworzywo to obecne jest w jednostkowych zastosowaniach, a 5 z 8 firm podejmuje aktywne działania mające na celu całkowitą eliminację PVC ze swoich opakowań.

– Większość firm, które mają w swoim portfolio opakowania EPS lub XPS pracuje nad ich wyeliminowaniem. Materiały te znaleźć można jedynie w niszowych zastosowaniach.

RYŚ. 2. LICZBA ORGANIZACJI WPROWADZAJĄCYCH DO OBROTU ZIDENTYFIKOWANE OPAKOWANIA PROBLEMATYCZNE.



*Odpowiedzi dotyczą firm, które nigdy nie wskazały opakowania w swoim portfolio opakowań.

DZIAŁANIA WSPÓLNE PAKTU




Aby pomóc firmom w efektywnej eliminacji wskazanych opakowań problematycznych, w lutym 2023 roku Pakt opublikował 3 *Karty opakowań problematycznych*. Publikacje dotyczące PVC i PVDC, EPS i XPS oraz opakowań zawierających barwnik na bazie sadzy technicznej mają na celu pogłębienie zagadnień związanych z tą problematyką, wskazanie firmom możliwych kierunków działań strategicznych, jako pomoc w eliminacji wybranych opakowań oraz przedstawienie dobrych praktyk firm członkowskich Paktu w tym zakresie.











Dodatkowo wiosną 2023 roku wewnętrzna Grupa Robocza ds. opakowań nadmiernych i problematycznych Paktu Plastikowego zweryfikowała listę opakowań potencjalnie problematycznych i nadmiernych („pod lupą”) i skorygowała listę opakowań, do wyeliminowania których dążą firmy członkowskie. Zaktualizowaną listę opakowań klasyfikowanych dziś w Pakcie jako problematyczne i nadmierne przedstawiono na rys. 3.






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

-  • Opakowania do żywności PET nietransparentne (opaque)
-  • PETG w opakowaniach sztywnych
-  • Substancje oksydegradowalne
-  • Łączenie tworzyw sztucznych z drewnem
-  • Naklejki na opakowaniach z tworzyw sztucznych (niekompatybilne polimerowo i/lub metalizowane)

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
-  • Bardzo lekkie torby foliowe
-  • Okienka z tworzywa sztucznego w opakowaniach papierowych

KLUCZOWE DZIAŁANIA

Zadania z Mapy Drogowej Paktu

1. Indywidualne plany działania w firmach (zadania 2.1, 2.4 i 2.7)

Opracowanie strategii i polityk mających na celu eliminację opakowań nadmiernych i problematycznych oraz wdrażanie ambitnych działań redukcyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem firm, które nie podjęły dotychczas aktywności w tym zakresie.

2. Poszukiwanie innowacji u źródła dla opakowań giętkich wielomateriałowych (zadania 4.1, 4.2)

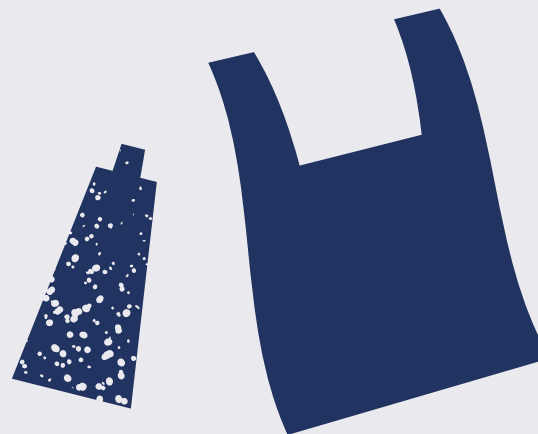
Zarówno w Polsce, jak i na świecie, nie funkcjonuje na dużą skalę efektywny system zagospodarowania opakowań jednostkowych giętkich. W tej grupie szczególne wyzwanie stanowią opakowania wielomateriałowe. Poszukując nowych rozwiązań, firmy powinny kierować się hierarchią postępowania z odpadami i opartą na niej koncepcją innowacji u źródła. Należy podkreślić, że sam recykling i projektowanie z myślą o recyklingu nie są wystarczające. Aby wdrożenie gospodarki obiegu zamkniętego było możliwe, konieczne jest poszukiwanie możliwości eliminacji tych opakowań lub zastąpienie ich modelami ponownego użycia. Więcej na temat problematyki i rozwiązań dla jednostkowych opakowań giętkich znaleźć można w analizie Fundacji Ellen MacArthur dostępnej [TUTAJ](#).

3. Monitoring nowych rozwiązań (zadanie 4.2)

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

4. Popularyzacja podejścia Paktu (zadanie 3.1)

Upowszechnianie podejścia Paktu do zdefiniowania opakowań nadmiernych i problematycznych oraz konieczności ich eliminacji na polskim rynku.



DOBRE PRAKTYKI

Biedronka Biedronka na bieżąco analizuje poszczególne kategorie opakowań, dzięki tym analizom udało się zidentyfikować opakowania nadmierne i problematyczne. Jednym z przykładów zmian w 2022 roku jest wyeliminowanie sadzy z opakowań kaw Cafe d'Or. Kolor korka został zmieniony – zamiast czarnego zawierającego dodatek sadzy zastosowano barwnik czerwony. Jednak nie tylko dodatek sadzy został wzięty na tapet. Przy projektowaniu opakowań marek własnych sieć Biedronka dąży do stosowania materiałów jednorodnych, umożliwiając łatwy recykling, najlepiej dopasowanych do koncepcji gospodarki obiegu zamkniętego. W myśl tej zasady wyeliminowano klips (kawatek metalu zatopiony w plastiku) z opakowań Krówek Mlecznych, dzięki czemu całe opakowanie jest jednorodne, co ułatwia sortowanie odpadów.

Grupa spółek Danone W trosce o efektywność procesu recyklingu opakowań po produktach BoboVita, marka wprowadziła pierwsze słoiczki z nową, papierową etykietą na linii produktów BoboVita BIO. Stało się to w tym samym roku, w którym w firma zidentyfikowała wyzwanie związane z owijkami z tworzyw sztucznych. Producent marki sukcesywnie wprowadza zmiany opakowań na in-



Grupa spółek Danone (c.d.) nych liniach i planuje wdrożenie ich dla wszystkich produktów BoboVita do końca 2023 roku.

LPP Działania w zakresie wyeliminowania opakowań z tworzyw sztucznych prowadzone przez firmę LPP w 2022 roku stanowią kontynuację celów z lat 2020–2021. W wysyłkach e-commerce konsekwentnie wykorzystuje się kartony oraz koperty wykonane z przetworzonej makulatury oraz folię z recyklingu. Marki Reserved i Mohito całkowicie zrezygnowały z wysyłkowych toreb foliowych. Obecnie żadna z 5 marek nie stosuje dodatkowych plastikowych opakowań w wysyłkach, co pozwoliło na obniżenie zużycia tego materiału o 567 ton. Plastikowe wypełniacze zostały całkowicie wyeliminowane, poprzez zastąpienie ich makulaturą. Ponadto w przypadku zwrotów, klienci mają możliwość odesłania przesyłki w tym samym opakowaniu. Większość opakowań posiada specjalny pasek do zaklejenia opakowania, co eliminuje konieczność stosowania plastikowej taśmy. Taka praktyka przyczynia się zarówno do redukcji używanych opakowań, jak i umożliwia ich ponowne wykorzystanie. W salonach stacjonarnych do pakowania produktów w firmie LPP wykorzystywane są wyłącznie papierowe torby pochodzące z recyklingu i posiadające certyfikat FSC. Kolejne działania obejmują m.in. rozwój projektu logistycznego o nazwie „Control Tower”, w ramach którego opraco-

LPP wano proces standaryzacji kartonów, co pozwoliło (c.d.) na ograniczenie zużycia opakowań zbiorczych oraz ich ponowne wykorzystanie w procesie dystrybucji towaru do salonów.

Nestlé Nestlé stworzyło jeden kompleksowy dokument, w którym zostały zebrane wytyczne (tzw. Złote zasady) odnośnie do ekoprojektowania i optymalizacji zużycia opakowań oraz w którym zaprezentowano listę negatywną, czyli listę materiałów opakowaniowych i dodatków, które zostaną całkowicie wyeliminowane z opakowań firmy. Dokument wykorzystywany jest nie tylko wewnętrznie, ale został również udostępniony dostawcom. Każda osoba zainteresowana może odnaleźć ten dokument na oficjalnej stronie internetowej Nestlé, pod [tym linkiem](#).

Przykładem realizacji strategii firmy jest przeprowadzony w 2022 roku projekt zmiany w obrębie opakowań kaszek dla dzieci pakowanych w pouche, dzięki któremu realizowano są aż trzy (1., 2. i 3.) Cele Polskiego Paktu Plastikowego. Projekt polegał na wymianie obecnego materiału opakowaniowego na inny, zaprojektowany z myślą o recyklingu. Jednocześnie zmniejszono wielkość saszetki przy zachowaniu pierwotnej masy produktu – jej rozmiar udało się zredukować średnio o 13% we wszystkich opakowaniach kaszek produkowanych w fabryce w Kaliszu. Podobną zmianę materiału opakowania zastosowano również dla produktów Winiary „Pomysł na...”.

Pepco Pepco dąży do zmniejszenia zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzonych na rynek dwójako: po pierwsze poprzez współpracę z dostawcami, a po drugie poprzez identyfikację i przeprojektowanie tradycyjnych opakowań w produktach marki własnej. Jednym z pierwszy produktów, który został objęty tym procesem, były baterie alkaliczne, tradycyjnie pakowane w opakowanie z blistrem PVC (uznawane za opakowanie problematyczne). Dzięki przeprojektowaniu opakowania udało się zmniejszyć zużycie tektury i usunąć blister z projektu. Tym samym wprowadzając małą zmianę w jednym produkcie, firma ograniczyła zużycie problematycznego PVC o 19 ton a tektury o 3 tony tylko w 2022 roku! Zmieniono również opakowanie baterii cynkowo – węglowych, gdzie blister z PVC zastąpiono tworzywem PET.



Żabka Żabka Polska realizuje swoją Politykę Ekoprojektowania opierając się o cztery zasady: zapętlaj, redukuj, upraszczaj i komunikuj. Głównym celem firmy, zaplanowanym do osiągnięcia do 2025 roku, jest 100% opakowań produktów marek własnych nadających się do recyklingu lub pochodzących z recyklingu. W ramach podejmowanych działań przeprowadzono analizę składu materiałów opakowaniowych stosowanych w produktach marek własnych i wdrożono nową strategię w zakresie opakowań. Wśród realizowanych projektów wyróżnić można m.in. zmianę tacek do burgerów na wykonane z surowców wtórnych i monomateriałowe, rezygnację z folii w opakowaniach produktów marki Szamamm, a także eliminację problematycznego czarnego barwnika z opakowań sosów w Żabka Café. Firma wyeliminowała również problematyczne laminaty różnych tworzyw z opakowań produktów Żabka Café.

Jak Biedronka identyfikuje i eliminuje opakowania nadmierne i problematyczne? Jak Danone przeprojektuje produkty, eliminując folię termokurczliwą? Jak Biedronka i Kaufland eliminują barwnik na bazie sadzy technicznej?

Odpowiedzi na te pytania (i wiele więcej) znajdziesz na str. 29-30 w Raporcie Rocznym Paktu za rok 2021!





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

6,6% – spadek zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych względem roku 2018.²

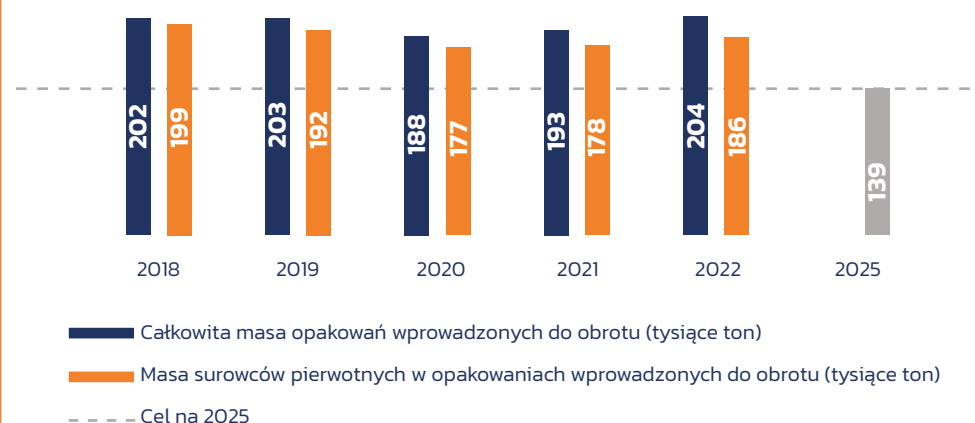
W ramach Celu 2. Polskiego Paktu Plastikowego jego członkowie zobowiązali się do bezwzględnej redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych z surowców kopalnych o 30% w odniesieniu do ilości wprowadzanej do obrotu w 2018 roku. W obiegu zamkniętym sam recykling nie pozwoli na rozwiązanie problemu zanieczyszczenia środowiska tworzywami sztucznymi i nadmiernej produkcji odpadów. Konieczne jest podjęcie działań dotyczących źródła tego problemu. Realizacja Celu 2. Paktu jest tym samym niezwykle istotna z perspektywy wdrażania gospodarki

o obiegu zamkniętym, w której centrum znajduje się zminimalizowanie zużycia zasobów.

WYNIKI

W 2022 roku zużycie pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzonych do obrotu przez członków Paktu spadło o 6,6% względem poziomu z roku bazowego 2018 (od 199 tys. ton w 2018 roku do 186 tys. ton w 2022 roku). Pomimo znacznej redukcji surowców pierwotnych przez część raportujących firm, całkowita masa wykorzystanych surowców pierwotnych w porównaniu z 2021 rokiem wzrosła (z 178 tys. ton w 2021 roku do 186 tys. ton w 2022 roku). Poziom wykorzystania surowców pierwotnych oraz dane dotyczące całkowitej masy opakowań wprowadzonych do obrotu przedstawiono na rys. 4.

RYŚ. 4. ZUŻYCIE SUROWCÓW PIERWOTNYCH W OPAKOWANIACH



Analiza raportów indywidualnych firm pokazuje, że najczęściej wybieranymi przez organizacje strategiami ograniczenia zużycia surowców pierwotnych jest obniżanie masy opakowań, eliminacja opakowań nadmiernych oraz

zwiększanie udziału surowców wtórnych. Takie działania zostały wskazane przez firmy jako priorytetowe również w poprzednich latach. Przykłady aktywności firm w tym zakresie znaleźć można na stronach [22–25](#).

² Dane dotyczące realizacji Celu 2. Paktu przekazało 9 z 13 firm objętych obowiązkiem raportowania. Firmy te odpowiadają łącznie za 75% opakowań wprowadzanych do obrotu przez Pakt.

KLUCZOWE DZIAŁANIA

1. Ustanowienie ambitnych, indywidualnych planów działania firm w zakresie redukcji surowców pierwotnych (zadanie 5.3)

Analiza indywidualnych raportów firm pokazuje, że organizacje, które posiadają szczegółowe, wewnętrzne plany realizacji celów odnotowują znacznie lepsze postępy w ich realizacji. Aby redukcja surowców pierwotnych była efektywna, istotne jest ustanowienie planów strategicznych wewnątrz organizacji, określających kolejne zadania, podział odpowiedzialności i terminy realizacji zobowiązań.

2. Wdrażanie innowacji u źródła

Osiągnięcie celu ograniczenia o 30% zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach wprowadzanych na rynek wymaga podjęcia nowych, ambitnych działań. Tegoroczny rezultat pokazuje, że strategie najczęściej podejmowane do tej pory przez firmy (zmniejszanie rozmiaru opakowań, redukcja grubości, eliminacja nadmiernych elementów opakowań, stosowanie surowców wtórnych) i wdrażane na obecną skalę nie są wystarczające, aby osiągnąć założony cel. Oprócz zwiększenia skali działań w wymienionych obszarach, konieczne jest wdrażanie innowacji u źródła – zmian w zakresie produktów i modeli dostaw pozwalających na rezygnację z opakowania czy przechodzenie z opakowań jednorazowych na wielorazowe.



DOBRE PRAKTYKI

Biedronka Biedronka zgodnie z wypracowanymi zasadami ekoprojektowania, dąży do zmniejszenia wykorzystania pierwotnych tworzyw sztucznych. Przy projektowaniu opakowań sprawdzane są możliwości redukcji masy komponentów. W związku z tym w 2022 roku zmniejszono masę 74 opakowań, dzięki czemu zaoszczędzono 629 ton plastiku. Jedną z kluczowych zmian jest wyeliminowanie pokrywki w „Zupach z Naszej Kuchni” co przelożyło się na zmniejszenie zużycia plastiku o 53 tony rocznie.

Grupa spółek Danone, Polska Woda, Wielkopolski **Redukcja masy opakowań napojów**

- Żywiec Zdrój wprowadził program redukcji gramatury butelek PET dla wody i napojów. Firma zrewidowała swoje portfolio i wybrała butelki o wysokim potencjale redukcji masy. Proces ten związany był między innymi ze zmianą geometrii opakowań, a następnie z wieloma czasochłonnymi testami produkcyjnymi, transportowymi i paletowymi. Skutkiem programu było ograniczenie zużycia tworzywa PET o 272 tony w 2022 roku oraz idąca za nim redukcja kosztów. Żywiec Zdrój planuje wprowadzenie tych zmian w kolejnych formatach butelek w 2023 roku, co zdaniem marki może pozwolić na zredukowanie tworzyw sztucznych o 826 ton w 2024 roku. Dodatkowo w 2022 roku firma wprowadziła na rynek butelki jednolitrowe wykonane w całości z tworzywa rPET. →

Grupa spółek Danone, Polska Woda, Wielkopolski (c.d.)

- Polska Woda zmniejszyła zużycie tworzyw sztucznych zmieniając kształt i konstrukcję butelki do wody niegazowanej o pojemności 1,5 l, co przyczyniło się do redukcji gramatury butelki o ponad 16% oraz nakrętki o 32%. Spodziewana redukcja zużytego tworzywa w skali roku to 180 ton materiału PET i 22,5 tony materiału HDPE. Ta dobra praktyka wpisana jest w plan zamiany zamknięć oraz przygotowanie do wdrożenia korka zintegrowanego „tethered” we wszystkich produktach firmy. Dodatkowo w 2022 roku firma, działając na rzecz redukcji tworzyw sztucznych, zmieniła grubość folii termokurczliwej do formowania wielopaków butelek z 50 na 45 mikrony oraz dostosowała wymiary arkuszy folii termokurczliwej. W rezultacie firma zredukowała zużycie folii o 32 tony.

- Marka Wielkopolski, działając na rzecz redukcji pierwotnych tworzyw sztucznych, obniżyła masę pojedynczej butelki jednolitrowego oleju z 22 g do 21 g, a butelki o pojemności 3 litrów z 55 g do 46 g. Przy utrzymaniu poziomu sprzedaży za 2022 rok, marce uda się zaoszczędzić w 2023 roku około 13 ton plastiku na butelkach jednolitrowych i około 12 ton plastiku na butelkach o pojemności 3 litrów.

Enverde Firma Enverde zajmuje się dystrybucją wkładów absorpcyjnych wykonanych z celulozy, bez SAP/SAF laminowanych jednostronnie. W myśl zasad zrównoważonego rozwoju i troski o ograniczenie plastiku (w tym folii PP/PE), firma wprowadziła na rynek wkład zbudowany wyłącznie z komponentów papierowych. Wdrożenie projektu miało miejsce w 2021 roku i trwa nieprzerwanie do dziś. Dzięki temu zabiegowi, gdyby 50% obecnych klientów skorzystało z wkładu papierowego, możliwe byłoby obniżenie wykorzystania tworzyw sztucznych o 32 tony rocznie. Wprowadzanie wkładu papierowego na dużą skalę na rynek krajowy jest na pierwszym miejscu celów rozwoju firmy na lata 2023–2024.



Jokey W firmie Jokey, w ramach eliminacji opakowań nadmiernych, folię stretch do owijania boksów na odpady zastąpiono siatką wielokrotnego użytku.

Kaufland Kaufland, w ramach strategii REset Plastic, podejmuje działania zmierzające do ograniczenia wykorzystania plastikowych opakowań jednorazowych oraz pierwotnych tworzyw sztucznych, wspierając konsumentów w korzystaniu z opakowań wielokrotnego użytku. Sieć umożliwia klientom pakowanie produktów pochodzących ze stoisk z obsługą do własnych opakowań – pracownicy lady zapakują do czystego, szczelnego i nieuszkodzonego pojemnika klienta m.in. sery, wędliny i wyroby garmazeryjne (z wyjątkiem mięsa). Dodatkowo w październiku 2022 roku Kaufland wprowadził do swojego asortymentu woreczki wielokrotnego użytku na pieczywo, wykonane z materiału pochodzącego z recyklingu, co potwierdza certyfikat Global Recycled Standard. Woreczki mają praktyczne, ściągane sznurkiem wykończenie, a także okienko, przez które można zobaczyć, jakie dokładnie produkty się w nim znajdują.



KGL Od końca 2021 roku firma KGL rozwija technologię produkcji opakowań spienionych z PP, kontynuując jej wdrażanie w różnych wyrobach w kolejnych latach.

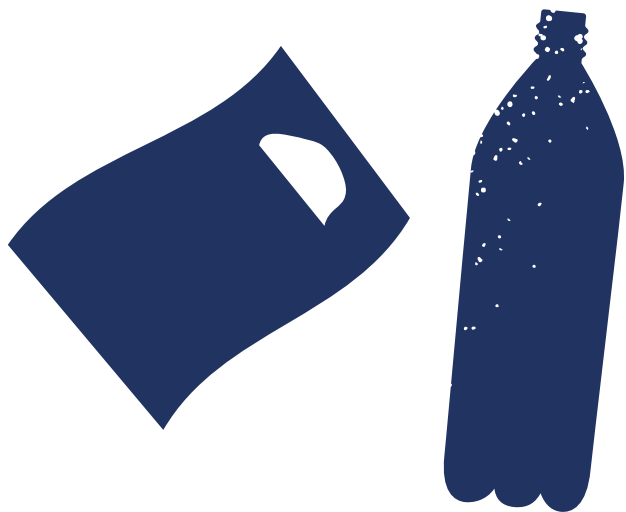
Opakowania z folii spienionej PP charakteryzują się zmniejszoną gęstością w porównaniu do opakowań z folii litej PP, co oznacza zmniejszenie masy opakowań wprowadzanych na rynek. Dodatkowo następuje ograniczenie ilości surowca wykorzystwanego do produkcji opakowań, a w konsekwencji minimalizowanie wytwarzania odpadów opakowaniowych. Celem badań przeprowadzonych w ramach dobrej praktyki było oszacowanie zakresu stopnia spienienia, odpowiedniego do osiągnięcia wymaganych właściwości mechanicznych, izolacyjnych i barierowych. Istotnym zagadnieniem było także zbadanie wpływu stopnia spienienia na obniżenie masy nowego materiału w odniesieniu do wytrzymałości mechanicznej produktów PP. Strategicznym celem firmy jest wspieranie klientów w rozwoju ich działalności gospodarczej, m.in. poprzez dostarczanie folii i opakowań spienionych o zmniejszonej masie jednostkowej.

Lorenz Lorenz w ramach swoich działań strategicznych oraz w oparciu o aktualne wymogi przeprowadził szczegółową analizę opakowań jednostkowych w firmie. W wyniku analizy wytypowano obszary do redukcji pierwotnych tworzyw sztucznych i od 2019 roku firma podejmuje działania na rzecz zmian w opakowaniach.

Ten proces związany jest z wieloma testami i wyzwaniami logistycznymi – prowadząc prace nad nową wersją opakowań Lorenz bada m.in. takie parametry jak zachowanie materiału podczas pakowania produktów, szczelność opakowania czy jego trwałość w procesie logistycznym. Wprowadzanym zmianom towarzyszy dostosowanie parku maszynowego oraz badania opinii konsumentów.

W 2022 roku Lorenz wprowadził nową wersję pojedynczych opakowań jednostkowych marek Lajkonik oraz Saltletts – opakowania przeprojektowano tak, by zmniejszyć powierzchnię zgrzewów, wyeliminować zbędne elementy (struny, eurodziurki) i wprowadzić cieńszą folię. W latach 2019–2022 zmiana opakowań marek Lajkonik i Saltletts pozwoliła zaoszczędzić ponad 11 ton tworzyw sztucznych. Lorenz planuje dalsze zmiany w zakresie redukcji pierwotnych tworzyw sztucznych tak, aby w samych produktach marki Lajkonik wyeliminować rocznie ponad 38 ton plastiku (w odniesieniu do 2019 roku). Również w pozostałych markach Lorenz trwają prace optymalizacyjne w wytypowanych obszarach.

Unilever Unilever w ramach realizacji programu „No plastic” wprowadził na rynek nowości takie jak kostki szamponu, pozwalające na rezygnację z plastikowego opakowania, czy pastę do zębów w formule tabletek, w opakowaniu wielokrotnego użytku. W 2022 roku w ramach działań podjętych w Polsce, Unilever w majonezach Hellmann’s zrezygnował z foliowej owijki na nakrętkę, zastępując ją papierową. Na przelocie 2023 i 2024 roku z opakowań kostek myjących Dove zostanie usunięta warstwa PE, dzięki czemu papierowe opakowanie będzie nadawało się w pełni do recyklingu. Również opakowania zbiorcze kostek myjących Dove zostaną zastąpione papierowymi.



Jakie rezultaty można osiągnąć zmniejszając grubość nakrętki oleju Wielkopolskiego? A jakie efekty przyniosła redukcja tworzyw sztucznych w opakowaniach mięsa w Lidl Polska?

Jakie działanie Żabki pozwoliło wyeliminować 1 000 ton pierwotnych tworzyw sztucznych rocznie?

Jak LPP redukuje zużycie folii w opakowaniach zbiorczych?

Więcej o tych (i innych) dobrych praktykach znajdziesz na str. 34-35 w Raporcie Rocznym Paktu za rok 2021!





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

W ramach Celu 3. Polskiego Paktu Plastikowego członkowie zobowiązali się do zapewnienia pełnej cyrkularności wprowadzanych do obrotu opakowań – ich pełnej przydatności do recyklingu w praktyce i na dużą skalę lub wielokrotnego użycia.

WYNIKI – OPAKOWANIA NADAJĄCE SIĘ DO RECYKLINGU

Udział opakowań nadających się do recyklingu mechanicznego w praktyce i na dużą skalę w 2022 roku wyniósł 45,5% i jest o 2,5 punktu procentowego wyższy niż wynik raportowany w poprzednim roku. Uznanie opakowania za nadające się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę wymaga uwzględnienia dwóch kryteriów: czy opakowanie osiąga 30% poziom recyklingu odpadów pokonsumenckich w wielu regionach, razem reprezentujących co najmniej 400 mln mieszkańców (kryterium globalne) lub czy 30%

poziom recyklingu odpadów pokonsumenckich jest osiągnięty na rynku Paktu (kryterium lokalne dotyczące Polski). Aby uznać, że dla danej kategorii opakowania istnieje system działający w praktyce i na dużą skalę, należy spełnić minimum jedno z kryteriów (globalne lub lokalne). Więcej informacji o metodyce oceny przydatności opakowań do recyklingu znaleźć można w dokumencie *[Kryteria klasyfikacji opakowań nadających się do recyklingu mechanicznego w praktyce i na dużą skalę, podejście Polskiego Paktu Plastikowego](#)*.

Choć dla 45,5% opakowań wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu istnieje infrastruktura do efektywnego zagospodarowania, nie oznacza to, że wszystkie te opakowania zaprojektowano z myślą o recyklingu. Z przekazanych przez firmy danych wynika, że w dalszym ciągu część z wprowadzanych

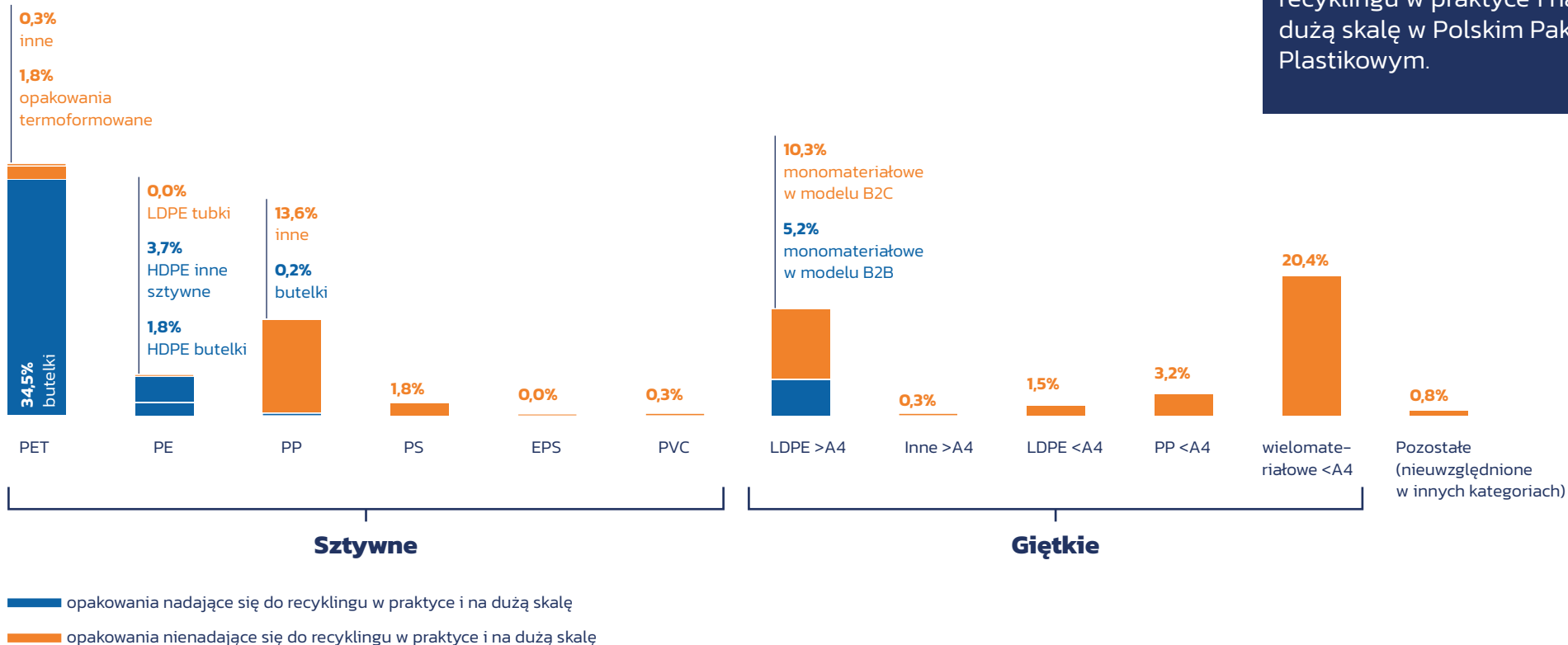
opakowań nie spełnia wymogów określonych w najlepszych praktykach takich jak RecyClass, CEFLEX czy 9 Złotych Zasad Projektowania. Dlatego przy uwzględnieniu aspektu projektu opakowania wskaźnik byłby niższy.

Na rys. 5. przedstawiono udział poszczególnych kategorii opakowań wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu w podziale na nadające i nienadające się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę. Kategoriami, dla których istnieje efektywny system

zagospodarowania (globalnie lub lokalnie) są butelki PET, butelki i inne opakowania sztywne HDPE, butelki PP oraz folie monomateriałowe w modelu B2B o rozmiarze większym niż A4. Trzema grupami opakowań, które łącznie odpowiadają aż za 44% masy wprowadzanych opakowań i obecnie nie spełniają kryterium globalnego oraz lokalnego są opakowania giętkie wielomateriałowe (20,4%), opakowania sztywne PP inne niż butelki (13,6%) oraz opakowania monomateriałowe LDPE w modelu B2C, większe niż rozmiar A4 (10,3%).



RYS. 5. UDZIAŁ OPAKOWAŃ NADAJĄCYCH SIĘ DO RECYLINGU W PRAKTYCE I NA DUŻĄ SKALĘ.



45,5% – udział opakowań nadających się do recyklingu w praktyce i na dużą skalę w Polskim Pakcie Plastikowym.

Równoległe z koniecznością rozwoju infrastruktury i zwiększania poziomów recyklingu, czynnikiem mającym wpływ na realizację Celu 3. Paktu jest projektowanie z myślą o recyklingu. Ponieważ dotychczas w Polsce brakowało

jednolitych i kompleksowych wytycznych ekoprojektowania opakowań, w 2022 roku Pakt opublikował *9 Złotych Zasad Projektowania*. Więcej o dokumencie można przeczytać na kolejnej stronie.

Ostatnim, kluczowym czynnikiem, który pozytywnie wpłynęłoby na realizację Celu 3. i pośrednio wszystkich pozostałych Celów strategicznych Paktu jest wdrożenie mechanizmu rozszerzonej odpowiedzialności producenta.

Niestety, niepewne otoczenie legislacyjne i opóźnione wdrożenie regulacji w tym zakresie znacznie utrudnia wszystkim uczestnikom łańcucha wartości opakowań dążenie do gospodarki cyrkularnej.

DZIAŁANIA WSPÓLNE PAKTU

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 Łukasiewicz – Łódzki Instytut Technologiczny, Rekopol Organizację Odzysku Opakowań oraz przedstawicieli Rady Ekspertów Paktu.



WYNIKI – OPAKOWANIA WIELOKROTNEGO UŻYTKU

Opakowania wielokrotnego użytku, choć pełnią kluczową rolę w dążeniu do gospodarki cyrkularnej w sektorze opakowań, wciąż cieszą się niewielką popu-

larnością. Ich nieznaczny udział w Polsce, a także na świecie, wynika zarówno z szeregu trudności, jakie wiążą się z wdrażaniem i skalowaniem tego typu rozwiązań, jak i niewielkiej motywacji lub świadomości w tym obszarze wśród firm. Więcej na temat wy-

zwań we wdrażaniu opakowań wielorazowych znaleźć można w Raporcie Rocznym 2021 Paktu.

3 z 16 raportujących firm wprowadzających opakowania do obrotu w 2022 roku podjęło działania w celu rozwoju segmentu opakowań wielokrotnego użytku.

Firmy, które w 2022 roku wdrażały rozwiązania wielorazowe, podejmowały działania w obszarze opakowań jednostkowych (np. sprzedaż kawy w kubeczkach wielorazowych przez Żabkę) oraz zbiorczych i transportowych (np. wprowadzenie nowego modelu opakowań zbiorczych w Żabce). Szczegółowy opis dobrych praktyk znaleźć można na kolejnej stronie.

Warto podkreślić, że rozwój segmentu opakowań wielora-

zowych jest jednym z obszarów zawartych w proponowanym na poziomie europejskim projekcie rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych, zmieniającego rozporządzenie (UE) 2019/1020 i dyrektywę (UE) 2019/904 oraz uchylającego dyrektywę 94/62/WE (tzw. PPWR)³. Dokument określa cele w zakresie udziału opakowań wielorazowych na lata 2030–2040 w wybranych sektorach i kategoriach opakowań (np. dla napojów, opakowań do żywności na wynos, opakowań zbiorczych i transportowych)⁴. Oznacza to, że wdrażanie rozwiązań tego typu nie będzie już dobrowolną inicjatywą producentów, a obowiązkiem wynikającym z przepisów prawa.

³ Wniosek Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych zmieniające rozporządzenie (UE) 2019/1020 i dyrektywę (UE) 2019/904 oraz uchylające dyrektywę 94/62/WE (COM (2022) 677 final)..

⁴ Więcej na temat Wniosku Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych zmieniającego rozporządzenie (UE) 2019/1020 i dyrektywę (UE) 2019/904 oraz uchylającego dyrektywę 94/62/WE można znaleźć w nagraniu z webinaru Polskiego Paktu Plastikowego, dostęp: https://www.youtube.com/watch?v=LtOH-DzdJKc&list=PLlxBzWwEzW5RnVdEvJb1VEdL8QhdHcQIJ&ab_channel=PolskiPaktPlastikowy

DZIAŁANIA WSPÓLNE PAKTU

Mając na celu popularyzację i zwiększenie poziomu wiedzy na temat opakowań wielokrotnego użytku, w październiku 2023 roku Pakt opublikował podręcznik *ABC wielokrotnego użycia opakowań*, w którym przedstawiono różnorodne systemy wdrażania opakowań wielorazowych, ich miejsce w legislacji europejskiej i polskiej, najlepsze praktyki w tym zakresie oraz korzyści płynące ze stosowania opakowań wielorazowych.



KLUCZOWE DZIAŁANIA

1. Poszukiwanie innowacji u źródła dla opakowań giętkich wielomateriałowych (zadania 4.1, 4.2)

Rosnący udział opakowań wielomateriałowych giętkich w portfolio Paktu oddala jego członków od osiągnięcia Celu 3. inicjatywy. Wynika to z braku infrastruktury do efektywnego zagospodarowania tej kategorii opakowań w praktyce i na dużą skalę w Polsce oraz globalnie, a także braku perspektyw na jej powstanie w najbliższym czasie. Aby wdrożenie gospodarki obiegu zamkniętego było możliwe, konieczne jest poszukiwanie ambitnych rozwiązań umożliwiających eliminację tych opakowań u źródła, zastąpienie modelami ponownego użycia, czy wreszcie – projektowanie z myślą o recyklingu tych opakowań, których zastosowania uniknąć się nie da. Więcej na temat problematyki i rozwiązań dla jednostkowych opakowań giętkich znaleźć można w analizie Fundacji Ellen MacArthur dostępnej [TUTAJ](#).

2. Rozwój infrastruktury do zagospodarowania odpadów i współpraca w celu zwiększenia poziomu recyklingu opakowań PP sztywnych (zadania 16.4, 17.2, 17.3)

Grupa opakowań sztywnych PP innych niż butelki (np. tacki, kubeczki) jest obecnie poddawana recyklingowi w Polsce, jednak wciąż na zbyt małą skalę, aby potwierdzić przekroczenie progu 30%. Aby kategoria miała szansę na osiągnięcie kryterium lokalnego do końca 2025 roku, konieczne jest zwiększenie tempa podejmowanych działań i współpraca uczestników łańcucha wartości opakowań w tym obszarze.

3. Projektowanie opakowań z myślą o recyklingu (zadanie 7.4)

Projektowanie opakowań z myślą o recyklingu jest podstawowym krokiem, bez którego – nawet przy istniejącej infrastrukturze – recykling opakowania może okazać się niemożliwy lub utrudniony. Zwiększenie udziału opakowań zaprojektowanych z myślą o recyklingu pozytywnie wpłynęłoby na osiągnięte poziomy przerobu, a także (dzięki stworze-

niu strumienia odpadów o dobrej jakości) dałoby szansę na rozwój odzysku surowców wtórnych dla tych kategorii opakowań, dla których brakuje dziś infrastruktury działającej na dużą skalę. W *9 Złoty*ch *Zasadach Projektowania* zidentyfikowano cztery kategorie opakowań, dla których już istnieje lub musi zostać zbudowany efektywny system recyklingu. Są to butelki PET, tacki i inne opakowania termoformowane PET, opakowania sztywne HDPE i PP oraz opakowania giętkie.

4. Eliminacja opakowań nadmiernych i problematycznych

Więcej informacji znaleźć można w rozdziale dotyczącym Celu 1. na [str. 12](#).

5. Wdrażanie projektów pilotażowych w zakresie opakowań wielorazowych (zadanie 9.5)

Rozwój segmentu opakowań nadających się do ponownego użycia, choć obarczony wieloma trudnościami, zajmuje kluczowe miejsce w transformacji w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego opakowań. Firmy członkowskie Paktu, jako liderzy cyrkularnej transformacji, powinny postawić przed sobą ambitne cele i plany wdrażania opakowań zwrotnych, oparte na współpracy i partnerstwie.



DOBRE PRAKTYKI

Avery Dennison Avery Dennison prowadzi szereg działań i kampanii edukacyjnych skierowanych do użytkowników końcowych etykiet (firm produkcyjnych stosujących etykiety na swoich opakowaniach). Treści dotyczące zrównoważonych opakowań, ekoprojektowania i etykiet zaprezentowane zostały m.in. podczas konferencji Retail Trends, Forum Branży Kosmetycznej, konferencji „Świat Druku” – Akademii GOZ czy debaty podczas Forum Rynku Spożywczego i Handlu.

Avery Dennison By wspierać recykling opakowań PET, firma Avery Dennison zaprojektowała i wdrożyła nową technologię – AD CleanFlake™. Etykiety w tej technologii wykonano z materiału, który w połączeniu z klejem S7000ER (ER – Enabling Recycling) zapewnia możliwość odzyskania czystego poliestru z przetwarzanego opakowania. W standardowym procesie recyklingu mechanicznego opakowań PET klej dezaktywuje się w kąpeli myjącej, umożliwiając czystą separację etykiety z klejem od płatków PET. Rozwiązanie AD CleanFlake™ jest uznawane przez EPBP, APR i RecyClass.

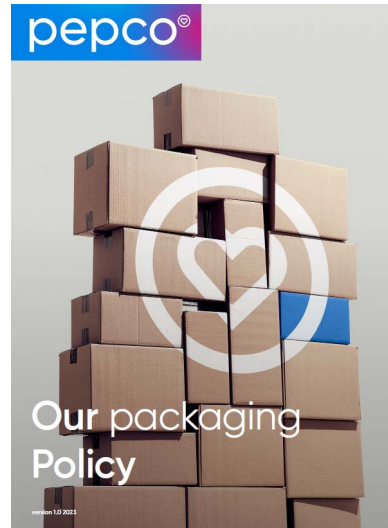


Jednocześnie, w przypadku recyklingu kolorowych opakowań HDPE, etykiety foliowe, w połączeniu z klejem S7000ER i S692N, mogą być poddane recyklingowi razem z opakowaniem, bez konieczno-

Avery Dennison (c.d.) ści ich usuwania. Rozwiązanie to posiada stosowne certyfikacje Recyclass.

Biedronka Sieć Biedronka w 2021 roku opracowała podręcznik ekoprojektowania marek własnych. W 2022 roku, kontynuując realizację strategii w zakresie ekoprojektowania, Biedronka przeprowadziła szkolenia dla swoich dostawców, edukując ich w zakresie kryteriów dla opakowań nadających się do recyklingu oraz wytycznych Sieci dotyczących ekoprojektowania. W dwóch szkoleniach wzięło udział 950 osób, a nagrania ze spotkań odtworzono ponad 1 500 razy. Szkolenie przyniosło widoczne efekty edukacyjne, skutkując m.in. 2,5-krotnie większą redukcją tworzyw sztucznych względem 2021 roku. Sieć Biedronka opracowała przy tym 8 szczegółowych poradników dedykowanych poszczególnym kategoriom lub/i markom produktów dostępnych w ofercie. Manuale zawierają szczegółowe wytyczne dotyczące struktury, wielkości, grubości i koloru opakowania, zgodne z polityką opakowaniową Biedronki oraz *9 Złotymi Zasadami Projektowania*.

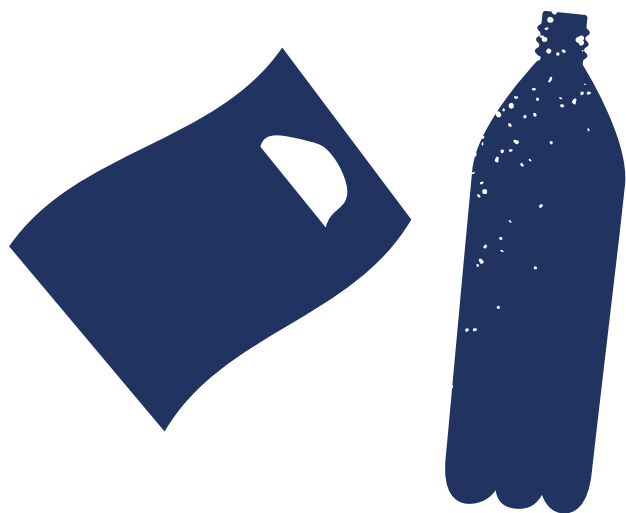
Pepco Marka Pepco od 2021 roku stopniowo wprowadza różnorodne zmiany w strategii opakowaniowej. Proces rozpoczął się od uporządkowania dotychczasowego podejścia do opakowań, dzięki czemu w 2021 i 2022 roku marka wyeliminowała ponad 200 ton tworzyw sztucznych poprzez zmianę haczyków do skarpet, wieszaków do kłapek i opakowań akcesoriów na wykonane z kartonu. Dodatkowo 100% wieszaków w kolekcji baby jest wykonanych z recyklatów, wszystkie metki dotyczące pielęgnacji w produktach tekstylnych są wykonane z poliestru pochodzącego z recyklingu, a wszystkie znaczniki (*swing tag*) są wykonane z papieru certyfikowanego przez the Forest Stewardship Council. Jednocześnie marka zdecydowała się dołączyć do Polskiego Paktu Plastikowego i wraz z początkiem 2023 roku wprowadziła politykę zrównoważonych opakowań.



Żabka Żabka Polska w 2022 roku kontynuowała realizację swojej Polityki Ekoprojektowania, opierając się o cztery zasady: zapętlaj, redukuuj, upraszczaj i komunikuj. Głównym celem firmy, przyjętym do realizacji do 2025 roku jest 100% opakowań produktów marek własnych nadających się do recyklingu lub pochodzących z recyklingu. W ramach podejmowanych działań przeprowadzono analizę składu materiałów opakowaniowych stosowanych w produktach marek własnych i wdrożono nową strategię w zakresie opakowań. Wśród realizowanych projektów wyróżnić można m.in. zmianę tacek do burgerów na wykonane z surowców wtórnych i monomateriałowe, rezygnację z folii w opakowaniach produktów marki Szamamm, a także wyeliminowanie czarnego barwnika w opakowaniach sosów w Żabka Café. Firma zrezygnowała również z problematycznych laminatów różnych tworzyw z opakowań produktów Żabka Café.

Żabka W dniach 17.08.2022 – 14.09.2022 w sklepach sieci Żabka w całym kraju (ponad 8 500 sklepów) przeprowadzono akcję „W Twoim kubku płacisz mniej!”, w trakcie której klienci płacili mniej za wybraną kawę i inne gorące napoje, jeśli przygotowali je we własnym kubku, z którym przyszli do sklepu. Klienci każdorazowo oszczędzali 1 zł przy zakupie dowolnego gorącego napoju w Żabce. Żabka serwuje klientom kawę i inne gorące napoje w każdej ze swoich placówek. Według badań Café Monitor 2022 dotyczących zwyczajów związanych ze spożyciem kawy w Polsce, Żabka plasuje się pośród

Żabka Polska trzech najczęściej wymienianych miejsc, do których można się udać, aby wypić kawę. Wspomniane badanie wskazuje, że Żabka jest jednym z trzech najpopularniejszych i najczęściej odwiedzanych miejsc serwujących kawę.



Jaką politykę ekoprojektowania przyjęły Biedronka i Żabka? A jaką strategię wprowadziła firma Supravis w zakresie opakowań wielomateriałowych?

Jak działają etykiety Avery Dennison Polska, które ułatwiają proces recyklingu i jakie standardy musiały spełnić, by otrzymać certyfikat RecyClass?

Jakie rozwiązania proponują producenci opakowań – KGL S.A. i Polifolia?

Odpowiedzi na te pytania (i wiele więcej) znajdziesz na str. 41-42 w Raporcie Rocznym Paktu za rok 2021!





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

Stosowanie surowców wtórnych w opakowaniach z tworzyw sztucznych przyczynia się bezpośrednio do redukcji wykorzystania surowców pierwotnych, zmniejszając presję na środowisko i wspierając dążenie do gospodarki cyrkularnej. Zwiększanie popytu na recyklaty wspomaga również rozwój sektora gospodarki odpadami.



WYNIKI

Udział surowców wtórnych (PCR) w opakowaniach w 2022 roku:

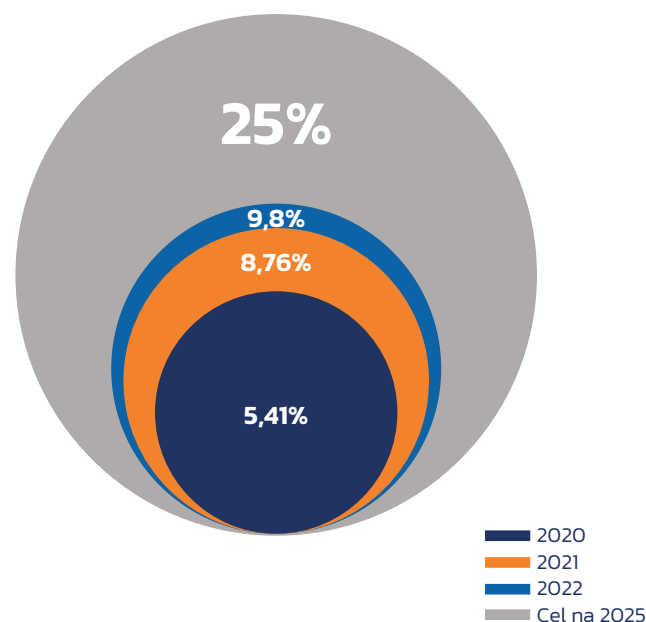
Producenci produktów w opakowaniach i sieci handlowe:

9,8% – średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez członków Polskiego Paktu Plastikowego w 2022 roku⁵.

27 tys. ton – masa surowców wtórnych wykorzystana w opakowaniach wprowadzonych na rynek przez członków Paktu w 2022 roku.

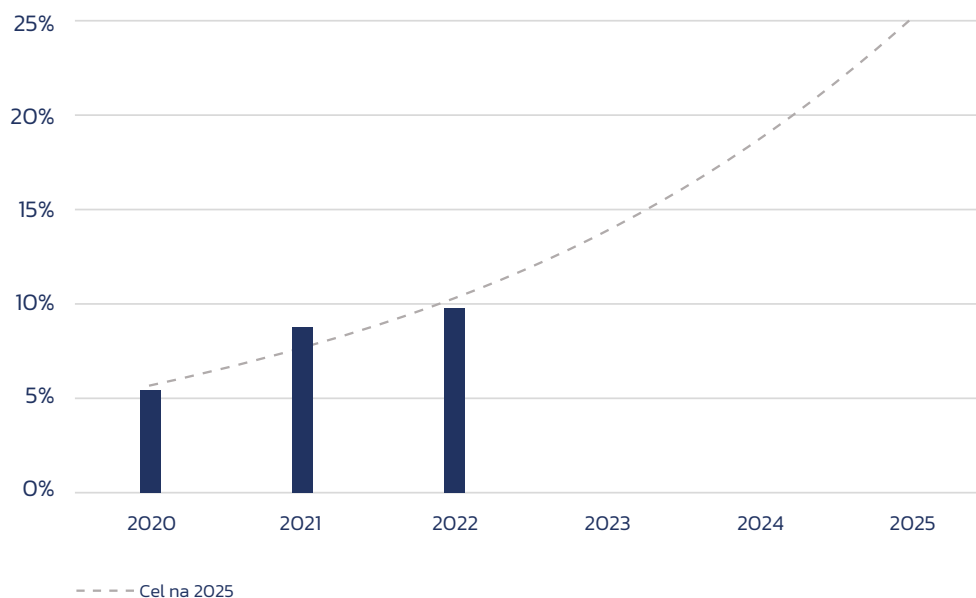
RYS. 6. SUROWCE WTÓRNE W OPAKOWANIACH

Średnia zawartość surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez producentów produktów w opakowaniach, sieci handlowe i firmy zajmujące się handlem detalicznym.



⁵ Dane dotyczą wszystkich 16 firm objętych obowiązkiem raportowania w ramach Paktu. Ze względu na brak danych na poziomie krajowym, dla dwóch firm przyjęto wyniki raportowane globalnie na potrzeby the Global Commitment Fundacji Ellen MacArthur.

RYS. 7. ŚREDNI UDZIAŁ SUROWCÓW WTÓRNYCH W OPAKOWANIACH WPROWADZANYCH DO OBROTU.



Średni udział surowców wtórnych w opakowaniach wprowadzanych do obrotu przez członków Paktu wzrósł o 1 punkt procentowy w odniesieniu do 2021 roku. Na rys. 7. przedstawiono dynamikę zmian udziału surowców wtórnych od 2020 roku. Wykres wskazuje, że tempo przyrostu w latach 2021-2022 zmniejszyło się w porównaniu z poprzednim okresem 2020-2021. Aby osiągnąć założony cel 25% w 2025 roku, wzrost zawartości recyklatów w opakowaniach

musiałby być wykładniczy. Oznacza to konieczność podjęcia jeszcze ambitniejszych działań w nadchodzących latach.

W kontekście stosowania recyklatów nie bez znaczenia jest rodzaj opakowań wprowadzanych do obrotu – firmy, których portfolio obejmuje opakowania sztywne PET mają dziś największe możliwości zwiększania udziału surowców wtórnych w opakowaniach. Z kolei dla organizacji, których

portfolio obfituje w opakowania giętkie lub poliolefinowe mające kontakt z żywnością, stosowanie surowców wtórnych w opakowaniach jednostkowych nie jest możliwe przy obecnie dostępnych technologiach.

Producenci opakowań:

10,3 % – średni udział surowców wtórnych pokonsumenckich w opakowaniach wprowadzanych na rynek przez producentów opakowań zrzeszonych w Polskim Pakcie Plastikowym w 2022 roku.

W przypadku producentów opakowań zawartość recyklatów pokonsumenckich w opakowaniach utrzymała się na podobnym poziomie (spadek o 0,5 punktu procentowego). Czynnikiem mającym znaczny wpływ na raportowany wynik była korekta danych dotyczących recyklatów po- i przedkonsumenckich przez jedną z raportujących organizacji. Wśród pozostałych firm udział recyklatów wzrósł.



DZIAŁANIA WSPÓLNE PAKTU

W 2023 roku Polski Pakt Plastikowy w ramach działań Grupy Roboczej ds. surowców wtórnych w opakowaniach przeprowadził serię warsztatów z uczestnikami z całego łańcucha wartości, wspólnie dyskutując na temat możliwości zwiększenia dostępności recyklatów wymaganej jakości i ilości – zidentyfikowanych barier, roli jaką odgrywają poszczególne grupy interesariuszy, zadań do wykonania – a także wspólnie wskazując opakowania, dla których zwiększanie udziału recyklatów jest dziś możliwe. Wyniki pracy grupy zostaną opublikowane w raporcie podsumowującym na początku 2024 roku.

KLUCZOWE DZIAŁANIA

1. Zmapowanie portfolio opakowań pod kątem oceny możliwości zwiększenia zawartości surowców wtórnych w opakowaniach i ambitne wdrażanie zmian (zadanie 12.1, 12.2)

Aby uzyskać wykładniczy wzrost zawartości recyklatów, wymagany do osiągnięcia założonego celu 25% w 2025 roku, wszystkie firmy muszą podjąć ambitniejsze działania. Szczególnie istotną grupą są organizacje, których strategia zwiększania udziału surowców wtórnych opiera się na spełnieniu minimalnych wymogów prawa. Pomimo wielu barier, część firm udowadnia, że stosowanie recyklatów jest dziś możliwe w wielu zastosowaniach, m.in. w butelkach i innych opakowaniach zawierających rPET, foliach rLDPE czy opakowaniach niemających kontaktu z żywnością rPP i rHDPE (przykłady znaleźć można w sekcji Dobre Praktyki). Każda firma powinna zmapować swoje portfolio opakowań i określić indywidualny plan zwiększenia zawartości recyklatów w wybranych kategoriach.

2. Współpraca na rzecz zwiększenia dostępności recyklatów (zadanie 12.4)

Jednym z wyzwań określonych przez Grupę Roboczą Paktu jest niska podaż recyklatów wysokiej jakości. To ważne, aby firmy proaktywnie poszukiwały partnerów i technologii, które pozwoliłyby na efektywne zagospodarowanie odpadów i produkcję surowca o odpowiednich parametrach.

3. Wdrażanie 9 Złotych Zasad Projektowania (zadanie 7.4)

Jednym z kluczowych czynników wpływających na możliwość podania opakowania recyklingowi i uzyskania surowca wtórnego o wysokiej jakości jest ekoprojektowanie. Wdrażanie 9 Złotych Zasad Projektowania przez firmy wprowadzające opakowania do obrotu pozwoli na zbudowanie strumienia odpadów o cechach pożądanym w procesie recyklingu materiałowego, zarówno dla kategorii opakowań poddawanych recyklingowi na dużą skalę (butelki PET, HDPE i PP) jak i tych,

dla których system recyklingu musi zostać zbudowany (tacki PET i opakowania giętkie).

4. Wdrażanie rekomendacji Paktu Plastikowego przez wszystkich uczestników łańcucha wartości opakowań z tworzyw sztucznych (zadanie 12.4)

W raporcie, który opublikowany zostanie w styczniu 2024 roku, Polski Pakt Plastikowy określił zadania dla kluczowych grup interesariuszy – producentów opakowań, producentów produktów w opakowaniach, sieci handlowych, podmiotów gospodarujących odpadami, recyklerów oraz producentów pierwotnych tworzyw sztucznych – i których realizacja przyczyni się do zwiększenia podaży surowców wtórnych wysokiej jakości.

DOBRE PRAKTYKI

Biedronka Sieć Biedronka zgodnie z zasadami gospodarki obiegu zamkniętego praktykuje dodawanie do opakowań recyklaty pozyskanego z odpadów komunalnych, tzw. PCR (post-consumer recyclate). Surowce z recyklingu dodawane są wszędzie tam gdzie to możliwe. W 2022 roku całkowita masa wykorzystanych materiałów pochodzących z recyklingu wynosiła 163 414 ton z czego tworzywa sztuczne stanowiły 6765 ton.

Lidl We współpracy z firmą PreZero (część Grupy Schwarz), Lidl Polska oferuje swoim klientom artykuły gospodarstwa domowego własnych marek, wykonane z tworzyw sztucznych pochodzących w 100% z recyklingu. Do wyprodukowania tych artykułów PreZero zbiera odpady opakowaniowe, które następnie są sortowane, oczyszczane i przetwarzane na granulaty. Uzyskany w ten sposób surowiec wtórny wykorzystuje się do produkcji opakowań artykułów gospodarstwa domowego, toreb foliowych, worków na śmieci i folii stretch. Cały proces recyklingu i produkcji odbywa się w Europie.

LPP LPP, kontynuując działania w zakresie zamykania obiegu używanej folii, zoptymalizowało w 2022 roku proces obiegu polybagów ze swoich magazynów i centrali. Wraz z inną zebraną folią trafiają one do recyklera, a następnie są przetwarzane na worki na odpady. Od 2021 roku wszystkie polybagi LPP są produkowane co najmniej w 70% z polietylenu pochodzącego z recyklingu i w całości nadają się



LPP (c.d.) do przerobu – w 2022 roku firma zwiększyła udział tych worków na tyle, by od 2023 roku wszystkie nowe zamówienia trafiały do niej w workach w 100% wykonanych z odzyskanego polietylenu (rLDPE).

Nestlé Nestlé, w ramach działań na rzecz redukcji pierwotnych tworzyw sztucznych w opakowaniach oraz zwiększenia udziału recyklatów na rynku, sukcesywnie wdraża zmiany w opakowaniach. Od jesieni 2022 roku wszystkie butelki produktów z serii NAŁ+ są wykonane w 100% z rPET.

Zrównoważony rozwój jest priorytetem w działaniach Nałęczowianki, która zobowiązała się, że do 2025 roku udział tworzywa z recyklingu we wszystkich jej butelkach PET sięgnie 50%, a do 2030 roku będzie odzyskiwać tyle butelek, ile wprowadza na rynek.

Firma sukcesywnie zamierza poszerzać swoje portfolio wód o produkty w opakowaniach z możliwie jak największą zawartością tworzyw sztucznych z recyklingu. W 2023 roku odbyła się premiera kolejnej butelki 100% rPET dla Nałęczowianki niegazowanej o pojemności 1 l, co stanowi element zrównoważonej misji marki realizowanej pod hasłem „Jak nie NAŁ to kiedy?!“.



Schoeller Allibert

Schoeller Allibert w ramach swojej działalności oferuje produkty CircuLine®, zawierające od 30% do 100% materiału z recyklingu, dzięki czemu przyczynia się do redukcji zużycia surowców pierwotnych. Ponadto wyroby CircuLine® są wielokrotnego użytku i spełniają wymagania Quality Assurance Plan (QA Plan), co oznacza, że ich jakość jest taka sama jak opakowań z pierwotnych tworzyw sztucznych. W asortymencie CircularLine® znajdują się również opakowania do żywności. Linia będzie ciągle udoskonalana, a już teraz wprowadzane są nowe materiały (jeden PP i jeden HDPE) w różnych kolorach. Pozytywnym trendem jest dynamiczny wzrost zapotrzebowania na produkty CircuLine®.

Sinoma Zakład Recyklingu Tworzyw Sztucznych

Firma Sinoma Zakład Recyklingu Tworzyw Sztucznych w 2022 roku osiągnęła ilościowe zwiększenie efektywności produkcji regranulatu, uzyskując wydajność na poziomie 23 Mg/dobę (20 Mg/dobę w 2021 roku) oraz 27 Mg/dobę przetworzonego odpadu tworzywa sztucznego w produkt (24 Mg/dobę w 2021 roku). Działania te były możliwe dzięki wprowadzonym usprawnieniom procesowym, polegającym na identyfikacji „wąskich gardeł” procesu produkcji regranulatu, automatyzacji mycia odpadów tworzyw sztucznych oraz buforowaniu płatka, zapewniającym brak przybojów produkcyjnych. W zakładzie wprowadzono także ulepszony proces identyfikacji odpadów z tworzyw sztucznych na etapie przyjęcia do przetwarzania. W 2022 roku regranulat Sinoma uzyskał recertyfikację EuCertPlast, potwierdzającą jakość produkcji i samego produktu.

Unilever

W ramach działań podejmowanych przez Unilever w programie „Better Plastic”, w 2022 roku do produktów marki Dove oraz żeli i szamponów Tresemme pakowanych w butelki pochodzące w 100% z recyklingu, dołączyły żele pod prysznic marek Axe i Lux Botanical. Butelki sprayów i mleczek Cif zawierają 50% PCR, a etykiety produktów wykonane są z PP, który w 100% nadaje się do recyklingu. Dodatkowo na etykiecie zostały dodane perforacje umożliwiające łatwe jej oderwanie i odpowiednią segregację.

Wielkopolski

Marka Wielkopolski w 2019 roku podjęła wyzwanie zwiększenia zawartości tworzyw wtórnych w opakowaniach do minimum 51%. Kontynuując działania w tym kierunku, w 2022 roku Wielkopolski wprowadził olej marki własnej w butelkach 51% rPET. Marka planuje zmiany w kierunku oferowania wyłącznie opakowań wykonanych w 100% z materiału rPET – w 2022 roku dalsza rozbudowa portfolio została opóźniona ze względu na brak dostępności surowca na rynku, jednak działania mają być kontynuowane w 2023 roku.

Jak firma Sinoma produkuje regranulat LDPE?

Jak producenci opakowań – ALPLA i Jokey – zwiększają udział recyklatu w opakowaniach? A jak swoje opakowania przeprojektowała w tym celu firma Unilever?

Więcej dobrych praktyk w tym zakresie znajdziesz na str. 51-52 w Raporcie Rocznym Paktu za rok 2021!





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

Recykling, zajmujący trzecie miejsce w hierarchii postępowania z odpadami, odgrywa istotną rolę w transformacji w kierunku gospodarki cyrkularnej. Dlatego efektywne wsparcie systemu zbiórki i recyklingu opakowań wpisane zostało w Cele strategiczne Paktu, dążącego do uzyskania 55% poziomu recyklingu opakowań plastikowych w Polsce. Tylko z dobrze działającym systemem zagospodarowania odpadów możliwe jest uzyskanie surowców wtórnych o pożądanej jakości, a tym samym zmniejszenie podaży surowców pierwotnych.

Z tej przyczyny Unia Europejska nakłada na kraje członkowskie coraz wyższe cele w zakresie recyklingu. Najważniejsze cele dla opakowań i odpadów opakowaniowych przedstawiono na rys. 8.

RYŚ. 8. CELE UNIJNE I POLSKIEGO PAKTU PLASTIKOWEGO W ZAKRESIE POZIOMÓW RECYKLINGU ODPADÓW ORAZ POZIOMY OSIĄGANE W POLSCE.

W 2019 r.:

Poziom recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych wyniósł 31,5%



Cel UE na 2025 r. > 50%



Cel Paktu na 2025 r. > 55%



Implementacja dyrektywy SUP⁶ wskazuje również cele w zakresie selektywnej zbiórki butelek jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych na napoje o pojemności do 3 litrów, których poziom ma wynieść odpowiednio 77% w 2025 roku i 90% w 2029 roku.

W 2020 r.:

Poziom recyklingu odpadów komunalnych wyniósł 38,7%



Cel UE na 2025 r. > 55%



WYNIKI

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

W 2020 r.:

Poziom recyklingu odpadów opakowaniowych wyniósł 55%



Cel UE na 2025 r. > 65%



⁶ Ustawa z dnia 14 kwietnia 2023 r. o zmianie ustawy o obowiązkach przedsiębiorców w zakresie gospodarowania niektórymi odpadami oraz o opłacie produktowej oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2023 r., poz. 877)..

Cel 5. Paktu odnosi się do poziomu recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce. Dotyczy zatem wyników krajowych (nie tylko firm zrzeszonych w Pakcie), a jego osiągnięcie związane jest z całym systemem prawnym i sprawozdawczym w Polsce. Ostatnie dane na temat poziomu recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce udostępnione zarówno przez Główny Urząd Statystyczny, jak i Eurostat, dotyczą 2019 roku. Wskaźnik wyniósł wtedy 31,5%. Brak aktualnych danych jest dużą barierą utrudniającą monitorowanie realnego postępu i planowanie odpowiednich działań.

W czerwcu 2023 roku Komisja Europejska opublikowała sprawozdanie dotyczące ryzyka nieosiągnięcia celów w zakresie recyklingu przez kraje członkowskie⁷. W dokumencie Polska

została wymieniona jako jeden z dziesięciu krajów Unii, w którym istnieje ryzyko nieosiągnięcia celów do 2025 roku w zakresie poziomu recyklingu dla odpadów komunalnych oraz wszystkich opakowań. Co istotne opakowania z tworzyw sztucznych zidentyfikowano jako strumień odpadów najbardziej zagrożony nieosiągnięciem założonych celów i dla którego rozbieżność między raportowanym poziomem a celem do 2025 roku jest znaczna. Wśród zaleceń wskazanych w sprawozdaniu KE znaleźć można m.in. utworzenie obowiązkowego systemu zwrotu kaucji za opakowania po napojach. 13 lipca 2023 roku Sejm RP uchwalił ustawę wprowadzającą w Polsce system kaucyjny⁸, który ma powstać do 2025 roku. Stworzenie systemu zbiórki opakowań po napojach z pewnością przyczyni się do zwiększenia poziomów recyklingu tej frakcji.

Kolejną rekomendacją Komisji Europejskiej jest wdrożenie systemu rozszerzonej odpowiedzialności producenta (ROP), zgodnego z wymogami dyrektywy ramowej o odpadach⁹ (ze szczególnym uwzględnieniem artykułu 8a). Właściwie działający mechanizm ROP jest jednym z kluczowych elementów pozwalających na zamknięcie obiegu opakowań, w którym organizacje wprowadzające opakowania do obrotu zapewniają finansowanie ich zbiórki i recyklingu. Jak podaje Fundacja Ellen MacArthur¹⁰, dobrze zaprojektowany system ROP jest dziś jedynym znanym rozwiązaniem zapewniającym dedykowane, regularne i w odpowiedniej wysokości środki na pokrycie kosztów zagospodarowania odpadów opakowaniowych na dużą skalę. Stąd nowelizacja przepisów w Polsce w tym zakresie jest kluczowa dla realizacji ambitnych celów dotyczących

recyklingu opakowań. W sierpniu 2023 roku minęły dwa lata od publikacji projektu ustawy o zmianie ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi oraz niektórych innych ustaw (tzw. projekt ROP). Pomimo wysokiej rangi dokumentu i zaangażowania wielu interesariuszy w proces konsultacji (w tym członków Paktu), data ukończenia prac nad projektem nie jest znana, co z każdym rokiem zmniejsza szanse na zbudowanie efektywnego systemu zbiórki i recyklingu opakowań w Polsce.

⁷ Sprawozdanie Komisji dla Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów wskazujące państwa członkowskie, w przypadku których istnieje ryzyko, że nie będą w stanie osiągnąć celu na 2025 r. dotyczącego przygotowania do ponownego użycia oraz recyklingu odpadów komunalnych, celu na 2025 r. dotyczącego recyklingu odpadów opakowaniowych oraz celu na 2035 r. dotyczącego ograniczenia składowania odpadów komunalnych, z dnia 8 czerwca 2023 roku, COM(2023) 304 final.

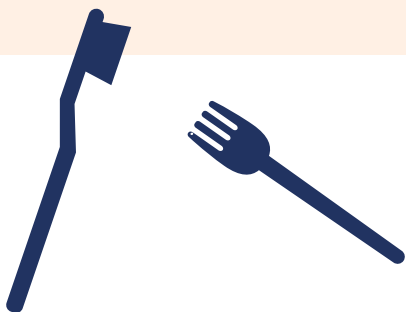
⁸ Brak przypisu

⁹ „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.

¹⁰ Ellen MacArthur Foundation, Extended Producer Responsibility a necessary part of the solution to packaging waste problem, A statement by key stakeholders from across the packaging value chain and position paper by the Ellen MacArthur Foundation, <https://ellenmacarthurfoundation.org/extended-producer-responsibility/epr-statement>.

DZIAŁANIA WSPÓLNE PAKTU

W 2023 roku Pakt we współpracy z ekspertkami i ekspertami ds. gospodarki odpadami oraz organizacjami partnerskimi wykonał lokalną ocenę poziomów recyklingu¹¹, w której określone zostały szacunkowe poziomy recyklingu dla 17 kategorii opakowań z tworzyw sztucznych stosowanych w Pakcie, wraz z perspektywą osiągnięcia 30% progu przerobu (minimalny poziom dla uznania przez Pakt, że opakowanie jest poddawane recyklingowi na dużą skalę). Dzięki pozyskanym danym możliwe było ustalenie priorytetowych kierunków – wytypowanie grup opakowań wymagających najpilniejszych działań i określenie obszarów do projektów wspólnych, mających na celu zwiększanie poziomu recyklingu.



KLUCZOWE DZIAŁANIA

Mapowanie i analiza danych rynkowych (zadanie 15.1, 15.2, 15.3) – kontynuacja działań

Mapowanie i analiza danych w zakresie opakowań wprowadzanych do obrotu i odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych w Polsce w szerokiej współpracy z ekspertami. Identyfikacja luk, w których brak danych uniemożliwia podjęcie efektywnych działań.

Wspólne projekty pilotażowe (zadanie 17.2)

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



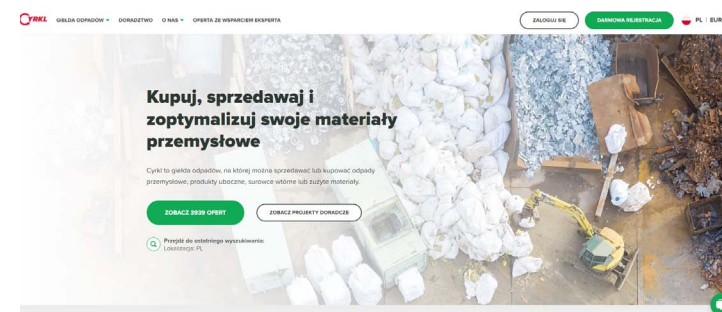
¹¹ Wyniki oceny dostępne są wyłącznie dla członków, członków wspierających i ekspertów Polskiego Paktu Plastikowego.

DOBRE PRAKTYKI

Aniflex Spółka Aniflex w 2022 roku wspólnie z producentem materiałów samoprzylepnych wdrożyła u klienta z branży spożywczej program odbioru odpadów etykietowych. W ramach programu przedsiębiorstwo gromadzi, a następnie oddaje zebrane odpady etykietowe (podkłady), które przekazywane są do zakładu zajmującego się recyklingiem i poddawane procesowi przetworzenia w celu ponownego wykorzystania. Działania te wpisują się w realizację przyjętych celów w ramach GOZ.

Cyrkl Misją firmy Cyrkl jest zamykanie obiegu dla odpadów przemysłowych poprzez rozwijanie platformy dla odpadów i surowców wtórnych. Cyrkl jest obecny na 9 europejskich rynkach, w tym w Polsce. W 2022 roku na platformie na rynku polskim zarejestrowało się ponad 1 500 nowych użytkowników, zarówno wytwórców, jak i przetwórców odpadów. Polscy użytkownicy wystawili w 2022 roku niemalże 1 200 ofert, spośród których około połowa została połączona za pomocą platformy. Aż 560 ofert odpadów z tworzyw sztucznych, metali, tekstyliów i innych (od kilku do kilkuset ton każda) znalazło dzięki platformie odbiorcę, który zapewnił włączenie tych surowców ponownie do obiegu. Ponadto usprawnienie procesów łączenia wytwórców odpadów z ich przetwórcami prowadzi do zapewnienia stałego dopływu surowców wtórnych do zakładów produkcyjnych, co w przyszłości może przyczynić się do zmniejszenia zużycia surowców

Cyrkl (c.d.) pierwotnych. Platforma Cyrkl wciąż się rozwija, docierając do nowych recyklerów i wytwórców odpadów, dzięki czemu nie tylko usprawnia system recyklingu w Polsce i Europie, ale również uświadamia przedsiębiorstwom wartość generowanych przez nie odpadów.



Grupa spółek Danone

Danone w partnerstwie z firmą DP Recykling oraz organizacją odzysku opakowań Rekopol przeprowadził pilotażowe wdrożenie innowacyjnej instalacji do oczyszczania opakowań pokonsumenckich z polistyrenu. Recyker zbudował instalację wykorzystującą innowacyjną technologię oczyszczania (dekontaminacji) opakowań, opracowaną przez zespół naukowców z Politechniki Śląskiej. Technologia



**Grupa spółek
Danone
(c.d.)**

dekontaminacji została opatentowana i nagrodzona prestiżową nagrodą INTARG Platinum Award 2022 w zakresie innowacji. Dzięki jej zastosowaniu pokonsumenckie odpady opakowaniowe w postaci kubeczków polistyrenowych zyskują kolejne życie – w toku recyklingu powstaje granulata, z którego tworzone są kolejne przedmioty takie jak doniczki, kołpaki samochodowe czy narzędzia ogrodowe. Firma planuje dalsze zwiększanie skali recyklingu opakowań ze strumienia pokonsumenckiego, a także – we współpracy z Rekopolem – poszerzanie sieci zaangażowanych w projekt miejskich sortowni odpadów.

**Grupa spółek
Danone**

Podczas szczytu klimatycznego COP24 w Katowicach w 2018 roku marka Żywiec Zdrój zobowiązała się, że już w 2021 roku zapewni zbiórkę ekwiwalentu tworzyw sztucznych wprowadzonych na rynek w 2020 roku. W 2022 roku zobowiązanie to zostało zrealizowane już po raz trzeci. Żywiec Zdrój działa we współpracy z organizacją odzysku opakowań Rekopol, która w imieniu marki realizuje prawny obowiązek zbiórki i recyklingu m.in. tworzyw sztucznych, współpracując z kilkudziesięcioma firmami odpadowymi, sortowniami i recykerami na terenie całego kraju. Decydując się na współpracę z partnerem, marka zagwarantowała całemu procesowi transparentność i zgodność z obowiązującymi przepisami prawa oraz międzynarodowymi standardami. Żywiec Zdrój, dobrowolnie finansując zbiórkę 100% tworzyw przez Rekopol, zamyka obieg tworzyw sztucznych dla 100% własnych opakowań. Informacja o zbiórce jest upowszechniana



**Grupa spółek
Danone
(c.d.)**

w działaniach reklamowych i marketingowych firmy oraz umieszczana na opakowaniach.



Kaufland

W 2025 roku w Polsce wchodzi w życie system kaucyjny, który nakazuje zbiórkę plastikowych, metalowych i szklanych opakowań po napojach. Kaufland od lat umożliwia i zachęca klientów do zwrotu butelek szklanych, na które została nałożona kaucja. Klienci mogą oddawać opakowania do specjalnych automatów lub w punkcie informacyjnym, a w zamian otrzymać bon na zakupy w sklepach sieci. W 2022 roku firma w ramach testu zaczęła dodatkowo wyposażać wybrane sklepy w automaty przyjmujące butelki PET, aby przygotować się do nadchodzących zmian. Zwiększenie poziomu recyklingu jest jednym z głównych celów międzynarodowej strategii Grupy Schwarz REset Plastic, realizowanej m.in. przez Kaufland.



Lidl Lidl wspiera gminy w osiągnięciu celów dotyczących selektywnej zbiórki odpadów poprzez wyposażanie biur, magazynów oraz sklepów firmy Lidl Polska w pojemniki do segregacji. Do końca 2022 roku przed wszystkimi sklepami Lidl Polska zainstalowano kosze do prawidłowej segregacji. Wiaty na odpady przy sklepach Lidl wyposażone są w kosze zbiorcze do selektywnej zbiórki – zgodnie z regulaminami w gminach, a zebrane odpady przekazywane są do zakładów specjalizujących się w procesach recyklingu poszczególnych frakcji. Wprowadzonym zmianom towarzyszyło nagranie materiału edukacyjnego w zakresie segregacji, przeznaczonego dla pracowników Sieci.

Nestlé Uruchomiony w czerwcu 2020 program #RecyklingDolceGusto pozwala odpowiedzialnie zarządzać zużytymi kapsułkami po kawie. Od rozpoczęcia programu Nescafé Dolce Gusto wydało już ponad 40 tys. toreb do zbierania kapsułek, a niemal co 4. kupujący na www.dolce-gusto.pl korzysta z usługi recyklingu.



W 2022 uruchomiono #RecyklingDolceGusto ze stacjonarnym odbiorem kapsułek w sklepach



Nestlé (c.d.) jednej z sieci handlowych. W wybranych sklepach klienci mogą oddać do recyklingu kapsułki po kawie Nescafé Dolce Gusto. Kapsułki są zbierane do specjalnych koszy, z których trafiają bezpośrednio do przetworzenia. Celem współpracy Nescafé Dolce Gusto i sieci handlowej jest ułatwienie recyklingu kapsułek, tak aby nie trafiły –na składowisko lub do środowiska. Rozszerzenie programu #RecyklingDolceGusto o stacjonarną zbiórkę ma zachęcić kolejnych konsumentów do włączenia się w akcję i oddawania kapsułek do przetworzenia.

R3 Polska R3, jako firma ze Szczecina, postanowiła udostępnić miastu recomaty do butelek, inicjując tym samym projekt „Szczecińskie Recomaty”. Pierwszy automat stanął w Szczecinie w 2021 roku, a w 2022 roku firma rozwinęła projekt o kolejne dwa urządzenia. Wszystkie automaty zintegrowane są z autorską aplikacją mobilną RecomApp, która umożliwia użytkownikom uczestnictwo w programie lojalnościowym i wymianę zebranych punktów na nagrody rzeczowe lub zniżki i rabaty w sklepach partnerów. W aplikacji RecomApp znaleźć można katalog nagród dostępnych w ramach programu oraz dokładną lokalizację automatów wraz z ich aktualnym stanem zapewnienia. Maszyny są objęte całodobowym serwisem, a R3 we współpracy z firmą Recyler Szczecin zapewnia odbiór zebranych odpadów.

Żabka W ramach Programu na Rzecz Obiegu Zamkniętego Surowców w Żabce wdrożono projekt Naturalnie Razem, zachęcający franczyzobiorców do zbierania tworzyw sztucznych przekazywanych do recyklingu. Naturalnie Razem to pomysł spójnego systemu odbioru surowców (folii i makulatury) ze sklepów Żabki. Do sklepów dostarczane są tzw. zestawy startowe składające się z worków oraz nadruków z oznaczeniem sklepu i rodzajem odbieranych odpadów (pre-print). Przystąpienie do programu jest dobrowolne – wystarczy oddać surowce wtórne spakowane do dostarczonych worków z odpowiednim nadrukiem w momencie dostawy towarów. Worki przewożone są do magazynów, gdzie są ważone oraz sprawdzana jest ich zawartość. Odzyskane surowce są belowane i przekazywane firmie zewnętrznej, która transportuje je do miejsca recyklingu. Dzięki programowi franczyzobiorca nie musi szukać firmy wywożącej odpady segregowane, negocjować z nią cen, ani podpisywać umów – te obowiązki przejmuje centrala firmy. Dodatkowo Żabka ułatwia franczyzobiorcom spełnienie prawnego obowiązku raportowania wywozu surowców wtórnych, udostępniając im program umożliwiający generowanie takich raportów (zarówno w ujęciu miesięcznym, jak i rocznym).

W ramach programu organizowane są m.in. konkursy zachęcające do udziału we wspólnym segregowaniu odpadów.

Program to wyjątkowe połączenie trzech działań: wdrożenia rozwiązania, edukacji i zbudowania



Żabka (c.d.) zaangażowania. W 2022 roku wspólne działania umożliwiły zebranie i recykling ponad 15 tys. ton materiałów (folii i makulatury).

Żabka W ramach Programu na Rzecz Obiegu Zamkniętego Surowców Żabka Polska zachęca wszystkich konsumentów do zwrotu pustych butelek plastikowych i puszek po napojach. Można to robić m.in. za pomocą 29 EKomatów zlokalizowanych w Poznaniu i Warszawie. W wyniku prawidłowej segregacji odzyskuje się surowiec, który służy do stworzenia nowych opakowań. Program przyczynia się do ograniczenia produkcji plastiku i zmniejszenia emisji CO2 do środowiska. W ramach programu udało się zebrać 560 tys. butelek PET i 260 tys. aluminiowych puszek. Ponadto w ponad 120 sklepach Żabka w Bydgoszczy rozpoczęto pilotażowe wdrożenie programu „Zielona Odnowa”. Jego celem również jest selektywna zbiórka butelek plastikowych i puszek. Zebrane surowce będą wykorzystywane do wytworzenia nowych opakowań. Celem akcji jest również budowanie świadomości ekologicznej wśród klientów i wyrobienie nawyku zwracania plastikowych i aluminiowych opakowań po napojach. Wśród innych zalet programu należy wymienić bliskość sklepów, czyli punktów odbioru, łatwy i szybki proces zwrotu, a także nagrodę dla klientów za proekologiczną postawę – klienci, którzy oddadzą plastikowe i metalowe opakowania po napojach do EKomatów umieszczonych przy/w sklepach Żabka, mogą liczyć na dodatkowe punkty lojalnościowe w aplikacji żappka. Istnieją



Żabka (c.d.) dwa sposoby zwrotu – za pomocą EKOMatów, czyli specjalnych automatów do selektywnej zbiórki odpadów lub bezpośrednio u sprzedawcy, który naliczy odpowiednią liczbę żappów. Zbiórka butelek PET oraz puszek aluminiowych poprzez EKOMaty wspiera spełnianie założeń tzw. dyrektywy plastikowej, która zakłada uzyskanie coraz wyższych poziomów zbiórki i recyklingu.

Jak firma Nestlé zamyka obieg dla opakowań giętkich?

Jak działa platforma Cyrkl łącząca potencjalnych partnerów biznesowych dla każdego rodzaju odpadu, materiału, produktu ubocznego lub recyklatu?

Jak wygląda system selektywnej zbiórki w sieci Kaufland?

Więcej o tych i innych dobrych praktykach znajdziesz na str. 57-58 Raportu Rocznego za rok 2021!





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

33 projekty edukacyjne skierowane do konsumentów w obszarze Celów strategicznych Paktu zrealizowane w 2022 roku przez firmy członkowskie.

Konsumenci są istotnym partnerem na drodze do zamknięcia obiegu opakowań z tworzyw sztucznych. Od ich postaw i zachowań w dużym stopniu zależy efektywność procesów (np. zagospodarowania odpadów) oraz powodzenie oferowanych przez firmy cyrkularnych rozwiązań, dzięki np. otwartości na testowanie innowacji.

Członkowie Paktu w 2022 roku zrealizowali 33 projekty mające na celu zwiększenie świadomości i edukację konsumentów w zakresie konieczności ograniczania zużycia opakowań, korzystania

z rozwiązań wielorazowych czy właściwego sortowania odpadów opakowaniowych. Warto podkreślić różnorodność podejmowanych działań – od warsztatów edukacyjnych skierowanych do najmłodszych (m.in. PreZero, Rekopol, Kaufland, Nestlé czy Alpla), poprzez kampanie prowadzone w mediach społecznościowych i na portalach online (m.in. Biedronka, Danone czy Kaufland) i wydarzenia edukacyjne (m.in. Rekopol, Biedronka, Nestlé, PreZero) aż do tworzenia innowacyjnych rozwiązań, pozwalających klientom na lepsze gospodarowanie zasobami (m.in. R3 Polska, Santander Bank Polska, Żabka, Carrefour). Dodatkowo wiele firm prowadzi liczne działania edukacyjne skierowane do swoich dostawców i partnerów biznesowych (m.in. Biedronka, Alpla, KGL, Supravis, Aniflex, Avery Dennison). Wszystkie aktywności podejmowane przez firmy znaleźć można w sekcji Dobre Praktyki.



DZIAŁANIA WSPÓLNE PAKTU

W 2022 roku Grupa Robocza ds. Efektywnej edukacji konsumentów działająca w ramach Paktu zebrała ponad 60 raportów, badań naukowych oraz przykładów kampanii edukacyjnych, które zostały zrealizowane w latach 2019–2022. Dzięki temu określono obszary, w których konieczne jest podejmowanie działań edukacyjnych wśród Polaków. Jednym z wniosków z przeprowadzonej analizy jest wskazanie na rozbieżność w zgromadzonych wynikach, a także brak lub niewystarczająca liczba badań na tematy związane ze stosunkiem konsumentów do innowacyjnych rozwiązań w zakresie opakowań.

W 2023 roku Pakt został partnerem merytorycznym projektu GOZ w opakowaniach, którego organizatorem było UN Global Compact Network Poland oraz McDonald's Polska. Na potrzeby projektu przeprowadzono badanie konsumenckie, mające na celu szczegółowe zbadanie stanu świadomości i wiedzy Polek i Polaków w obszarze gospodarki obiegu zamkniętego, deklaracji zachowań i oceny ich wpływu na środowisko, a także reakcji na innowacyjne rozwiązania w zakresie gospodarki cyrkularnej w sektorze gastronomii i sprzedaży detalicznej. Wybrane wyniki przedstawiono poniżej i na kolejnej stronie..

WYBRANE WYNIKI BADANIA KONSUMENCKIEGO PRZEPROWADZONEGO W RAMACH PLATFORMY GOZ W OPAKOWANIACH¹²

1) Konsumentki i konsumenci są świadomi swojej niedostatecznej wiedzy nt. GOZ – prawie **co trzeci badany nie umiałby wyjaśnić czym jest GOZ**, a jedynie niepełna 10% badanych deklaruje dużą wiedzę na ten temat. Jednocześnie **aż 69% badanych jest**

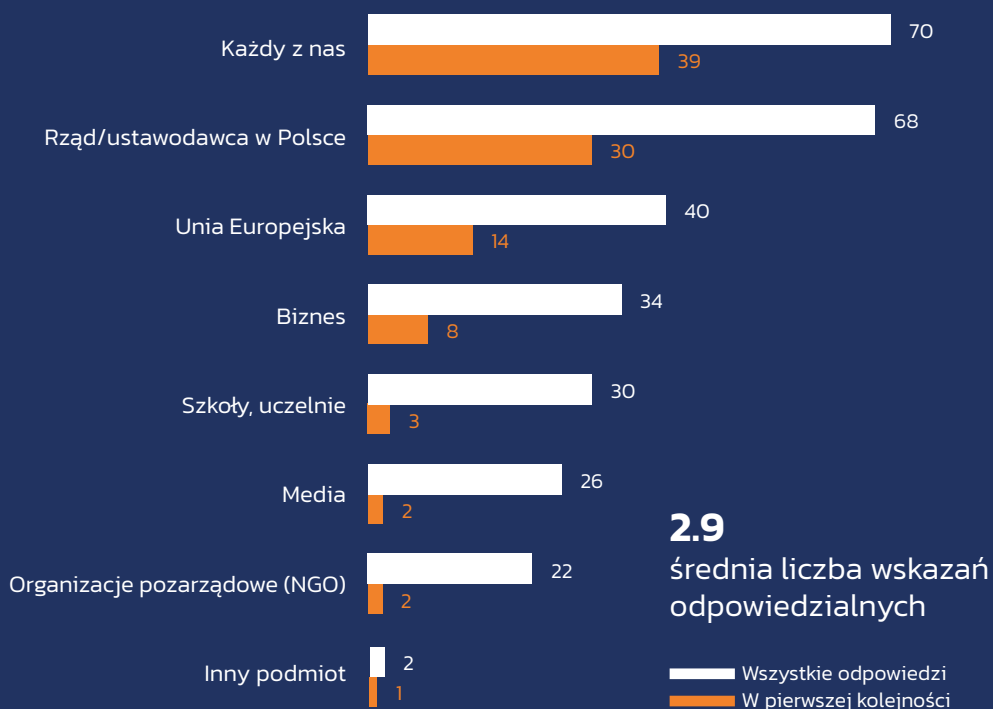
otwartych na pogłębienie swojej wiedzy na temat GOZ.

2) **Konsumentki czują się odpowiedzialni za wdrażanie GOZ w życie (rys. 9.)**. Respondenci zapytani o to, na kim leży odpowiedzialność za wdrażanie GOZ,

w pierwszej kolejności wskazywali na siebie (odpowiedź „każdy z nas”), dalej na ustawodawcę krajowego, a na trzecim miejscu na UE. Biznes znalazł się na czwartej pozycji wśród odpowiedzi ankietowanych.

¹² Badanie przeprowadzono na potrzeby raportu platformy GOZ w opakowaniach prowadzonej przez UN Global Compact Network Poland w partnerstwie z MacDonal's Polska i przy współpracy merytorycznej z Polskim Paktem Plastikowym. Badanie przeprowadzono na grupie tysiąca osób (N=1000), próba losowo-kwotowa Polek i Polaków z kwotami krzyżowymi reprezentatywna dla Polaków w wieku 18 – 65 lat. Termin badania: 2 – 12 czerwca 2023 rok.

RYS. 9. ODPOWIEDZIALNI ZA WDRAŻANIE IDEI GOZ



3) Badani wyraźnie popierają wdrażanie GOZ w sektorze opakowań:

- 84% badanych zgadza się ze stwierdzeniem, że wdrażanie opakowań zgodnych z gospodarką o obiegu zamkniętym jest ważne z perspektywy ochrony środowiska naturalnego,

- 82% chce, aby firmy wspierały klientów w wyborze produktów bez opakowań,

- 87% uważa, że w Polsce i na świecie produkuje się za dużo opakowań jednorazowych, które zaśmiecają środowisko,

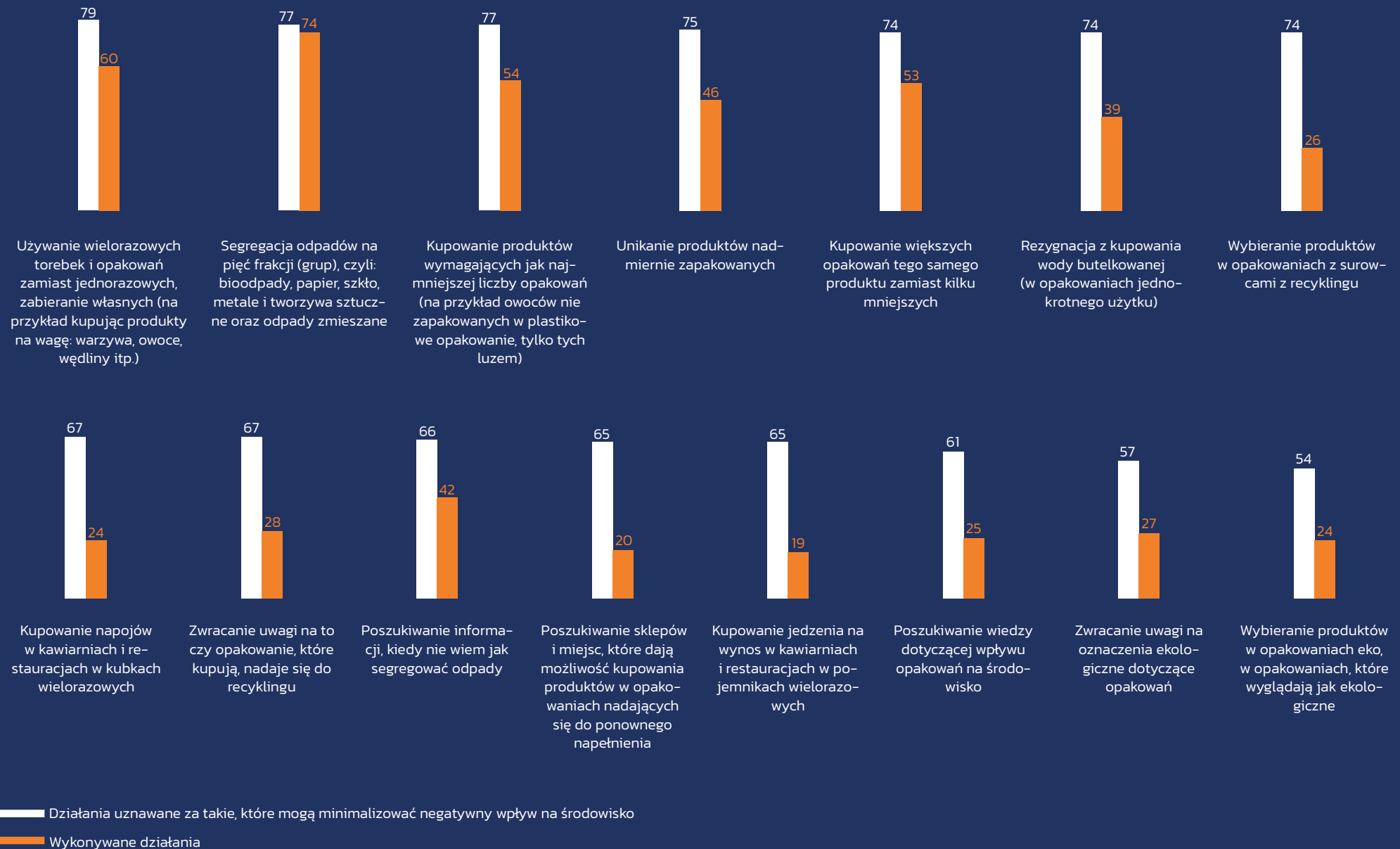
- 82% zgadza się, że wdrożenie idei wymaga zmiany nawyków konsumentów.

4) Badani zostali również zapytani o ocenę materiałów opakowaniowych pod kątem ich wpływu na środowisko oraz wskazanie argumentów na rzecz wyboru danego materiału. **Opakowania plastikowe zajęły w rankingu ostatnie, 6 miejsce.**

5) Niestety, chęć pogłębiania wiedzy w obszarze GOZ **nie zawsze idzie w parze z gotowością do zmiany zachowań (rys. 10.)**. Szacuje się, że luka między deklarowanymi przez konsumentów chęciami a realną zmianą rutynowego postępowania wynosi niemal 90 punktów procentowych, odpowiednio 97% vs 9% wskazań¹³. Przyczyn tego zjawiska jest wiele i można zaklasyfikować je w kilku kluczowych grupach: brak świadomości, brak poczucia odpowiedzialności i brak otwartości, czy wreszcie twarde czynniki rynkowe związane z przedkładaniem priorytetów ekonomicznych (przeświadczenie, że „produkty ekologiczne muszą być droższe”).

¹³ Sustainability Sector Index.

RYS. 10. PRZYKŁADY RÓŻNYCH DZIAŁAŃ I ICH OSZACOWANY WPŁYW



KLUCZOWE DZIAŁANIA

1. Identyfikacja luk w wiedzy konsumenckiej w obszarach kluczowych dla osiągnięcia Celów Paktu z uwzględnieniem analiz i danych rynkowych i opracowanie ścieżek i kierunków działania w obszarze edukacji konsumenckiej w obszarach zainteresowania Paktu – kontynuacja działań (zadanie 18.2, 18.3)

2. Opracowanie wytycznych do mierzenia efektywności działań edukacyjnych i zbierania dobrych praktyk z ich wykorzystaniem (zadanie 18.4).



DOBRE PRAKTYKI

Kaufland Dbając o edukację w obszarze zrównoważonego rozwoju, Kaufland zrealizował w 2022 roku cykl podcastów pt. „W zgodzie ze sobą i z naturą – poradnik świadomego konsumenta”. Cykl obejmował 8 odcinków, z czego jeden w całości został poświęcony tematowi tworzyw sztucznych – jak korzystać z nich mądrze i ograniczać ich zużycie. Słuchacze mogli zapoznać się z opiniami ekspertów Kauflandu, którzy w swojej codziennej pracy spotykają się z różnymi zagadnieniami zrównoważonego rozwoju, a także specjalistów zewnętrznych – influencerów, podcasterów i blogerów zajmujących się kwestiami ESG. Nagrywając i emitując audycje, Kaufland chciał zwrócić uwagę konsumentów na problemy dotyczące planety i podzielić się praktyczną wiedzą o odpowiedzialnej konsumpcji. Firmie zależało, aby podcasty mogły dotrzeć do jak największej liczby konsumentów, dlatego cały cykl był darmowy i udostępniony na stronie Radia TOK FM oraz na platformach podcastowych.



Kaufland Realizując strategię REset Plastic, Kaufland wprowadził na opakowaniach produktów marek własnych specjalne oznaczenia dotyczące segregacji odpadów. Z pomocą piktogramów klienci łatwo mogą zdecydować, do jakiego pojemnika powinny trafić poszczególne elementy opakowania. Piktogramy dotyczące segregacji odpadów pojawiły się m.in. na butelkach napojów K-Classic, parówkach, salami, kiełbaskach oraz kiełbasie K-Stąd. Takie Dobre! Oznaczenia są szczególnie pomocne w przypadku opakowań złożonych z kilku elementów, które powinny trafić do różnych frakcji odpadów, jak na przykład słoiki (szkło, aluminiowa zakrętka i papierowa etykieta). Piktogramy będą sukcesywnie wprowadzane na opakowaniach kolejnych produktów marek własnych Kaufland.



Lidl Aby ułatwić klientom segregowanie odpadów, Lidl Polska wprowadził nowe oznaczenia opakowań na ponad 1 600 opakowaniach produktów marek własnych. Wystarczy spojrzeć na ikonę, która zamieszczona jest na produktach marek własnych Lidla,



Lidl (c.d.) a segregowanie stanie się proste – znajdziemy tam krótką instrukcję podpowiadającą, do którego pojemnika wrzucić opakowanie. Instrukcje zamieszczone są m.in. na artykułach marki Pulos, Pikok, Rzeźnik, Vemondo, Cien, Floralys, Saguaro oraz Grill&Fun. Dzięki nowym etykietom dowiemy się, jak należy rozdzielić opakowanie, aby segregacja odbyła się naprawdę skutecznie. Znajdziemy również informację, do jakiego kontenera powinniśmy wrzucić pojedyncze części opakowania, takie jak np. etykieta (papier) czy zakrętka (plastik).



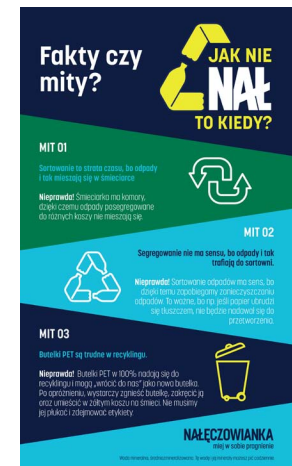
Lidl (c.d.) ucząc się jednocześnie, jak dobrać opakowania lub wybierać produkty bez opakowań, nie marnować żywności oraz co oznaczają poszczególne certyfikaty. Gra dla dzieci w wieku od 5 do 11 lat przeznaczona była zarówno do zabawy w domu, jak i do wykorzystania jako pomoc dla nauczycieli w przeprowadzeniu lekcji. Edukatorzy oraz grupy uczniowskie mogli również wziąć udział w specjalnym konkursie i otrzymać certyfikat udziału w programie. W grę zagrało ponad 70 tys. użytkowników.

Lorenz Firma Lorenz dla niektórych marek w portfolio wprowadziła oznakowania informujące, do jakiego kosza należy wyrzucić opakowanie po zjedzeniu produktu. Projekt oznakowania opakowań marki Lajkonik „Żółte do żółtego” wskazuje, do jakiego kosza należy wyrzucić puste opakowanie.

Lidl Lidl, jako partner gry online EkoEksperymentarium.pl, wspierał edukację ekologiczną najmłodszych. W pokojach pełnych zagadek gracze znajdowali praktyczne porady dotyczące zrównoważonej konsumpcji. Na jednej z plansz dzieci mogły zrobić zrównoważone zakupy w sklepie Lidl Polska,



Nestlé Strefa NAŁ, która powstała na terenie Olsztyn Green Festival, była centrum naturalnego nawadniania się uczestników festiwalu. Wielkim zainteresowaniem cieszyły się w również dwa recyklaty ustawione na terenie festiwalu, które pozostały po jego zakończeniu na 2,5 miesiąca). Do recyklatów uczestnicy mogli oddać puste butelki PET, a za każde 100 butelek firma zobowiązała się po-



Nestlé (c.d.) sadzić 1 drzewo. W sumie udało się zebrać 70 tys. butelek PET, co przelożyło się na posadzenie 700 drzew. Celem inicjatywy było oswojenie konsumentów z praktyką zwracania butelek PET do recyklatów i pozyskania czystego surowca wtórnego do wykorzystania w butelkach wód.

Nestlé W 2022 roku blisko 4 tys. dzieci i młodzieży – uczniów szkół podstawowych, wzięło udział w zajęciach edukacyjnych dot. właściwego postępowania z odpadami. Celem zajęć było zapoznanie uczestników projektu z tematem prawidłowej segregacji opakowań elastycznych i ich dalszego wykorzystania oraz zwiększenie zbiórki i recyklingu odpadów opakowaniowych. Projekt miał przyczynić się do zwiększenia świadomości ekologicznej w zakresie właściwego postępowania z odpadami opakowaniowymi (z naciskiem na elastyczne z tworzyw sztucznych), takimi jak opakowania po płatkach śniadaniowych, chrupkach, chipsach, batonach itp.



Ponadto po zakończeniu zajęć edukacyjnych, w szkołach uczestniczących w projekcie przeprowadzono konkurs „Segreguj z ReFlexem”. W ramach projektu RefLex przygotowano w celach edukacyjnych spot nt. odpadów elastycznych oraz ich prawidłowej segregacji ([LINK](#)) oraz film „Segreguj odpady z ReFlexem”, który posłużył jako element podczas prowadzonych zajęć ([LINK](#)).

Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań

Działaj z imPETem! to projekt Rekopol Organizacji Odzysku Opakowań, prowadzony od 2018 roku. Początkowo celem projektu było zwiększenie ilości zbieranych i poddawanych recyklingowi butelek PET, a obecnie jest to projekt edukacyjny skupiający się na odpadach, które powinny być segregowane do żółtego worka lub kosza. Działania prowadzone w ramach projektu skierowano m.in. do placówek oświatowych, których wychowankowie otrzymali dostęp do specjalnie opracowanych materiałów edukacyjnych, a także mogli brać udział w comiesięcznych mini konkursach oraz konkursie głównym. W roku szkolnym 2022/2023 do programu edukacyjnego dla przedszkoli zgłosiło się tysiąc placówek. W edukacji społeczeństwa pomaga również Miecia – żółta śmieciarka, w której zamiast odpadów znajduje się interaktywna wystawa, pokazująca, jak odpady – butelki PET – stają się nowymi produktami. Miecię w 2022 roku odwiedziło blisko 10 tys. osób.



**Rekopol
Organizacja
Odzysku
Opakowań**

Dzień bez Śmiecenia, kampania prowadzona przez Rekopol od ponad 15 lat, w 2022 roku odbyła się pod hasłem „jakość ma znaczenie”. Rekopol zachęcał społeczeństwo nie tylko do zastanowienia się, czy odpady są segregowane, ale także czy robi się to dobrze, czyli do odpowiednich pojemników. W Dzień Bez Śmiecenia, zamiast plakatów, ulotek, insertów i wlepek, Rekopol przygotowuje kartkę elektroniczną, która po kliknięciu przekierowuje na stronę www.dzienbezsmiecenia.pl, na której znajdują się informacje wskazujące w przystępny sposób na istotę selektywnej zbiórki i sposoby jej prowadzenia. W 2022 roku przekaz kampanii dotarł do niemal 8 mln osób, a posty na Facebooku osiągnęły zasięg 870 234 użytkowników.



**Rekopol
Organizacja
Odzysku
Opakowań**

Konkurs Mistrzowie Wymówek to inicjatywa Rekopol Organizacji Odzysku Opakowań z 2022 roku, która ma na celu zachęcenie do prawidłowej segregacji odpadów. Na specjalnie stworzonej platformie www.janieide.pl pojawiła się prosta gra, pytanie konkursowe oraz ciekawostki na temat segregacji i recyklingu odpadów opakowaniowych. Przez 24 tygodnie, co siedem dni można było wygrać 20 edukacyjnych gier planszowych „Ja Nie Idę!”. W działania zaangażowało się wielu influencerów, a patronami akcji zostały Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Fundacja Zwolnieni z Teorii oraz Radio Kolor. W konkursie udział wzięło ponad 9 300 osób.



**Santander
Bank Polska**

Od grudnia 2022 roku klienci Santander Bank Polska mogą zniszczyć swoje stare, nieaktywne, plastikowe karty przy użyciu specjalnych niszczarek. Pilotaż projektu prowadzony jest w pięciu oddziałach Banku, w różnych miastach. Karty



Santander Bank Polska (c.d.) płatnicze wykonane są z tworzyw sztucznych, ale z uwagi na swoją funkcję są odpadami elektronicznymi i wymagają specjalnego procesu recyklingu. Właśnie dlatego Santander Bank Polska rozpoczął pilotażowy projekt polegający na zbieraniu oraz odpowiedniemu zagospodarowaniu kart płatniczych (z dowolnego banku), lojalnościowych i rabatowych. Żeby zniszczyć kartę wystarczy umieścić ją w urządzeniu i pokręcić korbką, dzięki czemu proces nie generuje śladu węglowego. Zniszczone karty zostaną wykorzystane do produkcji mebli i przekazane do instytucji, w których Fundacja Santander tworzy Kluby Płomyka. Jeśli projekt okaże się sukcesem, firma planuje rozszerzenie go o kolejne 20 oddziałów.

Stena Recycling W 2023 roku Stena Recycling zorganizowała VI edycję konkursu Stena Circular Economy Award – Lider Gospodarki Obiegu Zamkniętego, promującego przedsiębiorstwa wdrażające rozwiązania z obszaru gospodarki obiegu zamkniętego oraz aktywizujące inne firmy i jednostki naukowe do stosowania dobrych praktyk w tym zakresie. Praktyki mogą zgłaszać zarówno start-upy, jak i większe przedsiębiorstwa działające w Polsce. W ciągu sześciu edycji konkursu wpłynęły 174 zgłoszenia od przedsiębiorców i 81 zgłoszeń od studentów, a we wszystkich edycjach SCEA nagrodzono w sumie 40 projektów. Inicjatywa Stena Recycling sama została nagrodzona certyfikatem Świadomego Wyboru Newsweeka 2021 w kategorii „Zmieniamy Świat na Lepsze” oraz wyróżniona w X edycji Listków CSR Polityki. Konkursowi towarzyszyła komunikacja



Stena Recycling (c.d.) kierowana do ponad 700 firm i 50 uczelni oraz webinary przybliżające uczestnikom idee konkursu oraz zagadnienia związane z GOZ. Do tej pory w mediach w związku z konkursem pojawiło się blisko 1 000 publikacji.

Jakie inne działania edukacyjne dla dzieci i młodzieży prowadzą Rekolpol i Lidl Polska? A jak R3 Polska aktywizuje społeczność Szczecina?

O tych i innych dobrych praktykach w zakresie edukacji konsumentów dowiesz się więcej na str. 61-62 Raportu Rocznego za rok 2021!





www.paktplastikowy.pl



@Polski Pakt Plastikowy



LIDER INICJATYWY



KAMPANIA
17. CELÓW