

65 proc. produktów spożywczych i napojów w europejskich supermarketach jest sprzedawanych w plastikowych opakowaniach. W Polsce ten odsetek jest podobny. Jak wynika z raportu DS Smith „Material Change Index”, w przypadku 40 proc. opakowań zawierających tworzywa sztuczne w Polsce, plastik można by wyeliminować, usuwając go całkowicie lub zastępując go zrównoważonymi alternatywami, np. tekturą czy opakowaniami biodegradowalnymi. W Polsce tylko 22 proc. firm spożywczych planuje w nadchodzącym roku zmiany w opakowaniach.

– *Ponad 60 proc. produktów spożywczych na półkach sklepów europejskich zapakowane jest w opakowania plastikowe* – mówi Katarzyna Kala-Kowalska, prezes zarządu DS Smith Polska, producenta zrównoważonych opakowań.

W ramach badania „Material Change Index”, przeprowadzonego przez Retail Economics na zlecenie firmy DS Smith, przeanalizowano skład 1,5 tys. opakowań produktów spożywczych i napojów w 25 najpopularniejszych supermarketach, na sześciu europejskich rynkach: w Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Niemczech, Polsce, we Francji i Włoszech. Do produktów najczęściej pakowanych w plastik należą mięso (87 proc.), nabiał (82 proc.) i wyroby piekarnicze (79 proc.).

– Największą ilość takich opakowań znajdziemy w supermarketach w Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Włoszech i Niemczech – wskazuje Katarzyna Kala-Kowalska.

W Wielkiej Brytanii 70 proc. artykułów spożywczych i napojów jest pakowanych w plastik, natomiast na drugim biegunie znalazła się Francja, gdzie ogólny udział opakowań plastikowych w branży spożywczej wyniósł 59 proc. i był najniższy spośród analizowanych rynków. Wpływa na to m.in. fakt, że we francuskich supermarketach jest wiele stoisk ze świeżymi produktami, takimi jak sery czy wypieki, które są sprzedawane bez dodatkowych opakowań, oraz sekcji z produktami bio, gdzie produkty takie jak kasze czy płatki zbożowe można nabyć bez opakowania albo w opcji refill. Oczekuje się, że użycie plastiku spadnie jeszcze bardziej przed wprowadzeniem całkowitego zakazu sprzedaży świeżych owoców i warzyw w plastikowych opakowaniach, który we Francji zacznie obowiązywać w połowie 2026 roku.

– *W Polsce ten odsetek jest podobny – 62 proc. produktów spożywczych i napojów jest opakowanych w tworzywa sztuczne. Oznacza to, że rocznie na półkach polskich supermarketów pojawia się ok. 14,7 mld niepotrzebnych sztuk plastiku* – mówi prezes DS Smith.

Statystyki pokazują, że na sześciu badanych rynkach europejskich każdego roku powstaje góra plastiku, na którą składa się łącznie ponad 150 mld opakowań, pochodzących z produktów spożywczych i napojów. To oznacza, że każde gospodarstwo domowe produkuje rocznie ok. 1 tys. sztuk odpadów pochodzących z opakowań z plastiku.

– *Tymczasem znaczącą część tych tworzyw sztucznych, wykorzystywanych w opakowaniach, można w ogóle wyeliminować albo zastąpić innymi, bardziej ekologicznymi materiałami* – mówi Maria Andrzejewska, dyrektorka generalna UNEP/GRID Warszawa.

Jak wynika z badania „Material Change Index”, dotyczy to ok. 45 proc. plastiku zawartego w typowym europejskim koszyku spożywczym.

– *Producenci przede wszystkim powinni się kierować zasadą 3R – reduce, reuse, recycle, czyli po polsku: redukuj, używaj ponownie lub poddawaj powtórnemu przetworzeniu* – podkreśla Katarzyna Kala-

Kowalska.

– Jako konsumenci powinniśmy zwracać uwagę na to, w jakich opakowaniach są wybierane przez nas produkty. Ta świadomość konsumencka jest bardzo ważna, żeby zmniejszyć zużycie plastiku w supermarketach – mówi dr inż. Agnieszka Sznyk, prezeska Instytutu Innowacji i Odpowiedzialnego Rozwoju INNOWO. – Tutaj istotna jest też informacja ze strony producentów, czyli np. paszporty materiałowe pokazujące, jaki jest ślad węglowy i środowiskowy danego produktu. Dzięki temu konsumenci mogą porównać i wybrać ten, który faktycznie ma mniejszy wpływ na środowisko. A same supermarkety też mogą podjąć wiele działań, żeby oferować klientom mniej tego plastiku, w zamian wprowadzając np. opakowania papierowe czy wielorazowe.

– Konieczne jest promowanie alternatywnych materiałów, pochodzących z recyklingu, ale też ekoprojektowanie, czyli takie projektowanie opakowań produktów, żeby one były później w 100 proc. podatne do zrecyklingowania – dodaje Maria Andrzejewska.

Z ankiety, przeprowadzonej w ramach badania „Material Change Index” wśród europejskich ekspertów zajmujących kluczowe stanowiska kierownicze z firm sektora spożywczego, wynika, że ci są już zaangażowani w takie działania: prawie wszyscy respondenci (98 proc.) potwierdzili, że ich firmy zobowiązały się do zmniejszenia liczby opakowań z tworzyw sztucznych, przy czym 64 proc. z nich zadeklarowało, że są na dobrej drodze do wywiązania się z tych zobowiązań. Z drugiej strony 25 proc. respondentów oceniło, że będą mieć trudności z wywiązaniem się z tych deklaracji. Z badania wynika, że największą barierą na drodze do zastąpienia plastiku bardziej zrównoważonymi alternatywami są dla nich koszty surowców (40 proc.) oraz obawa, że konsumenci nie zaakceptują takich zmian (39 proc.).

– Firmy spożywcze są już od lat zaangażowane w redukcję opakowań plastikowych, jednak jest to proces, który powinien być wspierany zarówno przez innowacje technologiczne, zachowania konsumentów, jak i legislację – mówi Katarzyna Kala-Kowalska. – Potrzebujemy globalnych rozwiązań, innowacji i technologii, które – poprzez obniżenie kosztów produkcji – podniosą konkurencyjność nowych materiałów, np. materiałów biodegradowalnych takich jak tektura, które pomimo wielu lat na rynku z dużym trudem torują sobie drogę do przemysłu, a więc i do konsumenta. Wciąż czekamy też na niskokosztowe technologie recyklingu plastiku – zbyt wiele pomysłów pozostaje w fazie idei.

W Polsce tylko 22 proc. firm z branży spożywczej planuje podjąć w ciągu najbliższego roku jakiegokolwiek działania w celu wprowadzenia zmian w zakresie opakowań. To najniższy wynik spośród wszystkich krajów objętych badaniem. Jego autorzy zauważają, że producenci i sprzedawcy żywności obawiają się m.in. utraty konkurencyjności: ponad 70 proc. przedstawicieli tych sektorów uważa, że klienci nie chcieliby płacić dodatkowo za zrównoważone opakowania, a 65 proc. ocenia, że konsumenci nie są skłonni rezygnować z wygody na rzecz zrównoważonego rozwoju.

– Prawdopodobnie sytuacja mogłaby się zmienić, gdyby opakowania pochodzące z recyklingu czy wykorzystujące alternatywne, bardziej zrównoważone materiały były w jakiś sposób dofinansowywane albo wspierane rozwiązaniami fiskalnymi, żeby one były konkurencyjne cenowo w stosunku do opakowań wykonanych z paliw kopalnych. Musimy mieć na uwadze, że zawsze kiedy cena baryłki ropy spada, to plastik staje się jeszcze tańszy i tym większa jest różnica pomiędzy opakowaniami plastikowymi a ekologicznymi. A gdybyśmy mieli zapłacić za opakowanie 4–5 zł, to myślę, że każdy by się zastanowił, czy ono na pewno jest mu potrzebne. Natomiast w momencie, kiedy płacimy ok. 20 gr, to większość z konsumentów nawet tego nie zauważa – mówi Maria Andrzejewska.

Plastik w marketach: niemal połowa opakowań żywności do zastąpienia lub usunięcia

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 22, styczeń 2025 11:23

Joanna Gryboś-Chechelska

Odsłony: 1428

Jak podkreśla, problem zanieczyszczenia środowiska plastikiem wymaga szybkich rozwiązań, ponieważ jest coraz bardziej palący. Produkcja tego surowca rośnie wykładniczo, ale brakuje globalnych i lokalnych systemów pozwalających na efektywne zagospodarowanie odpadów zawierających tworzywa sztuczne. W efekcie stanowią one ok. 80 proc. odpadów zanieczyszczających morza i oceany. Według UNEP co roku do akwenów na świecie trafia ponad 9 mln t plastikowych odpadów, które odpowiadają za śmierć wielu gatunków i degradację ekosystemów.

– Aktualnie produkcja plastiku jest na poziomie ok. 400 mld t rocznie i zgodnie z przewidywaniami do 2050 roku zwiększy się ponad dwukrotnie. Tymczasem my już w tej chwili nie jesteśmy sobie w stanie poradzić z przetworzeniem tej ogromnej ilości odpadów, które powstają po zakończeniu użytkowania produktów wykonanych z tworzyw sztucznych – mówi dyrektorka generalna UNEP/GRID Warszawa.

Źródło: Newseria