

STRATEGIA PLASTIKOWA I KOSMETYKI



Raport Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego



POLSKI
ZWIĄZEK
PRZEMYSŁU
KOSMETYCZNEGO

Partner:

Deloitte.



Autorzy

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego



Deloitte Advisory spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. (dawniej Deloitte sp. z o.o.)

Deloitte.

Nadzór merytoryczny:

dr inż. Ewa Starzyk, Dyrektor ds. Naukowych i Legislacyjnych
Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego

Zespół autorski:

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego:
Blanka Chmurzyńska Brown
Ewa Starzyk
Lidia Lukowska

Deloitte Advisory spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. (dawniej Deloitte sp. z o.o.):
Julia Patarska
Dominika Paca

Redakcja:

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, Communicatio PR:
Elwira Jastrzębska
Aleksandra Lau

Rekomendowany sposób cytowania publikacji:

Strategia Plastikowa i kosmetyki. Raport Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego,
Deloitte Advisory spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, sp.k., Warszawa, wrzesień 2019

Jakakolwiek reprodukcja elementów raportu musi zawierać tytuł i nazwę autora raportu – Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego, zgodnie z rekomendowanym sposobem cytowania. Reprodukacja w celach komercyjnych jest zabroniona bez uprzedniego pisemnego pozwolenia autora. Kontakt z biurem Związku: biuro@kosmetyczni.pl

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego
ul. Widok 16 lok. 5
00-023 Warszawa
www.kosmetyczni.pl



[SPIS TREŚCI]

Wprowadzenie	2
STRATEGIA PLASTIKOWA I KOSMETYKI Zrównoważone zarządzanie tworzywami sztucznymi w przemyśle kosmetycznym	4
Tworzywa sztuczne – istotny element globalnych gospodarek.	6
Tworzywa sztuczne – zbyt cenne, by je wyrzucać.	8
Wizja nowej gospodarki tworzywami sztucznymi.	9
Wyzwanie stojące przed Polską: budowa efektywnego systemu gospodarki odpadami z tworzyw sztucznych.	15
Opakowanie 4.0 – wyzwania dla branży kosmetycznej w Polsce	17
Zaangażowanie wszystkich uczestników łańcucha wartości – klucz do realizacji Strategii Plastikowej	21
Zrównoważone opakowania z tworzyw sztucznych: jak zacząć?	27
Ekoprojektowanie opakowań z tworzyw sztucznych – jak zacząć?	30
Zrównoważone opakowania z tworzyw sztucznych: Kto może nas zainspirować?	34
Zrównoważone opakowania z tworzyw sztucznych. Księga Dobrych Praktyk przemysłu kosmetycznego	38
Przyszłość opakowań w przemyśle kosmetycznym	49
Załącznik I	
Biblioteka aktów prawnych i kluczowych dokumentów	50
Załącznik II	
Słownik pojęć	51

Wprowadzenie

Eksperti biją na alarm, nasza planeta jest bardzo poważnie zagrożona. Zgodnie z raportem Międzyrządowego Panelu ds. Zmian Klimatu przy ONZ, pod którym podpisało się 91 naukowców z 40 krajów, analizujących ponad 6 tys. naukowych badań, mamy 12 lat, żeby zatrzymać globalne ocieplenie na poziomie 1,5°C (względem epoki przedprzemysłowej, czyli drugiej połowy XIX w.)¹. Gatunki zwierząt i roślin wymierają dziesiątki, a nawet setki razy szybciej niż w ciągu poprzednich 10 milionów lat. Zagrożony jest co czwarty gatunek, prawie milion wymrze podczas najbliższych kilku dziesięcioleci – alarmuje ONZ w raporcie o bioróżnorodności².

Gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ) – gospodarka, w której wartość produktów, materiałów i zasobów jest utrzymywana tak długo, jak to możliwe, a wytworzenie odpadów ograniczone do minimum.

Ślad środowiskowy (śląd ekologiczny) – wpływ, jaki dany podmiot, jego działalność lub dany produkt wywiera na środowisko naturalne, np. ilość wykorzystywanych przez nie zasobów naturalnych lub ilość wytwarzanych szkodliwych gazów.

Zgodnie z konsensusem naukowców gwałtowne zmiany klimatyczne w ostatnich dekadach są następstwem działalności człowieka i tylko człowiek może je zatrzymać. „Nie mamy planu B, bo nie mamy planety B” – brzmiało hasło paryskiej konferencji klimatycznej w 2015 roku, podczas której ponad 200 państw całego globu podjęło zobowiązania dotyczące ograniczenia emisji dwutlenku węgla. Największe światowe media, jak „The New York Times” czy „The Guardian” nie piszą już o „zmianach klimatycznych” tylko o „katastrofie klimatycznej”. W tej sytuacji, aby zaważyć o przetrwanie naszej planety, konieczne jest podjęcie odpowiednich działań przez każdy sektor gospodarki, każdą firmę, instytucję i każdego człowieka.

Do pogłębiania katastrofy klimatycznej w dużej mierze przyczyniają się śmieci, zarządzanie którymi stanowi globalny problem, z którym także Europa nie może sobie poradzić. W masie różnego rodzaju odpadów, na świecznik odpowiedzialności zostały wyniesione opakowania/odpady plastikowe, zwłaszcza przez ich obecność w morzach i oceanach. Od 80 do 85% wszystkich odpadów znajdujących na europejskich pla-

żach wytworzonych jest z tworzyw sztucznych. Jednocześnie jako kontynent mamy ograniczony dostęp do zasobów nieodnawialnych – ropy, z której produkuje się plastik, co dodatkowo pogarsza sytuację, w której obecnie jesteśmy.

Unia Europejska, której Polska jest ważnym członkiem, podjęła rolę globalnego lidera w walce z zanieczyszczeniem środowiska. Naturalnym i niezbędnym wyborem oraz kierunkiem polityki europejskiej stało się podjęcie działań zmierzających do zamknięcia obiegu tworzyw sztucznych w gospodarce. Wyrazem tych starań jest koncepcja **gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ)** i Strategia Plastikowa.

Poważne zmiany czekają praktycznie każdy sektor gospodarki, w tym także przemysł kosmetyczny. Dla przedsiębiorców w Polsce dostosowanie się do wymogów GOZ i Strategii Plastikowej będzie tym większym wyzwaniem, że system gospodarki odpadami i mechanizmy jego finansowania w naszym kraju dopiero się tworzą. Przemysł kosmetyczny jako bardzo istotny interesariusz tego procesu, musi aktywnie współuczestniczyć w kształtowaniu zarówno przepisów, jak i praktyki działania w tym zakresie.

Polityka gospodarki o obiegu zamkniętym nie zawsze jest właściwie rozumiana i interpretowana zarówno w samej debacie publicznej, jak i nawet w niektórych instytucjach publicznych. Powstaje wiele inicjatyw, które nawołują do całkowitego zaprzestania użycia plastiku na rzecz innych materiałów. To jednak z różnych powodów jest niemożliwe.

Tworzywa sztuczne są nieodzowne w gospodarce, jako surowiec lekki, wytrzymały, szczelny, łatwy do przetwarzania i formowania, a jednocześnie tani. Dzięki temu umożliwia nam funkcjonowanie w prawie każdej dziedzinie codziennego życia. Pamiętajmy, że tak krytykowany dziś plastik nierzadko ratuje życie, na przykład jako niezbędny składnik wielu urządzeń medycznych. Chroni inne produkty przed zepsuciem, zapobiega marnowaniu żywności.

To nie samo istnienie plastiku ma negatywny wpływ na środowisko. Kluczowe znaczenie ma czas jego użytkowania, a potem ewentualne ponowne wykorzystanie. Tzw. **śląd środowiskowy** plastiku nie zawsze musi być zły. Może on być

1 <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/nauka/1766778,1,raport-na-temat-zmian-klimatycznych-12-lat-do-katastrofy.read>
2 <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2019/05/nature-decline-unprecedented-report>

np. mniejszy niż dla szkła (ze względu na mniejsze zużycie energii na przetworzenie i transport) – jeśli nie używamy danego produktu jednorazowo. Problem z perspektywy środowiska powstaje wtedy, gdy dany produkt czy opakowanie plastikowe stają się szybko odpadem i to trudnym do zagospodarowania. Dziś nie chcemy i nie możemy jeszcze całkowicie zerwać z plastikiem. Musimy jednak zrobić wszystko, by nauczyć się z niego korzystać w odpowiedni sposób.

Przemysł kosmetyczny dąży do zamknięcia obiegu tworzyw w gospodarce, tak aby jako odpady nie trafiały do środowiska, a były wykorzystywane jako surowiec. Z tego względu powinniśmy nauczyć się gospodarować plastikiem w bardziej odpowiedzialny i zrównoważony sposób. W Strategii Plastikowej przewidziano konkretne rozwiązania, które mają nas przybliżyć do tego celu: zwiększenie recyklingu tworzyw sztucznych, w szczególności opakowań, minimalizację powstawania odpadów i współdziałanie wszystkich uczestników **łańcucha wartości**.

Niniejszy raport Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego i Deloitte Advisory przedstawia stanowisko przemysłu kosmetycznego wobec Strategii Plastikowej, analizę aktualnej sytuacji na rynku w zakresie przygotowań do jej realizacji, w tym wyzwań i dobrych praktyk przemysłu kosmetycznego. Rysuje także rekomendacje dla poszczególnych uczestników łańcucha wartości tworzyw, w szczególności opakowań. Raport jest również deklaracją pełnego zaangażowania przemysłu kosmetycznego w cele Strategii Plastikowej.

Przedstawione w raporcie dane dotyczące firm przemysłu kosmetycznego działających na polskim rynku, są wynikiem przeprowadzonej wśród nich ankiety.

Łańcuch wartości – kolejne elementy w ramach sekwencji pełnionych funkcji w cyklu życia produktu. W ramach łańcucha wartości można wyodrębnić szereg uczestników, m.in. podmioty zajmujące się pozyskaniem surowca, producentów, ich poddostawców (i ich poddostawców), dystrybutorów, sprzedawców, konsumentów, odbiorców odpadu, recyklerów.

Europejska strategia na rzecz tworzyw sztucznych w gospodarce o obiegu zamkniętym, czyli Strategia Plastikowa

Strategia w dziedzinie tworzyw sztucznych jest jednym z elementów procesu przechodzenia na model gospodarki o obiegu zamkniętym. Wizją strategii jest „*stworzenie inteligentnego, innowacyjnego i zrównoważonego sektora tworzyw sztucznych, w którym projektowanie i produkcja w pełni uwzględnia potrzeby w zakresie ponownego użycia, naprawy i recyklingu, zwiększa wzrost gospodarczy i zatrudnienie w Europie oraz przyczynia się do zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych w UE i zależności Unii od importowanych paliw kopalnych*”.

Model gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ)

System mający na celu położyć fundamenty pod innowacyjny sektor tworzyw sztucznych, w ramach którego przy projektowaniu i wytwarzaniu w pełni uwzględnia się aspekty ponownego użycia, naprawy i recyklingu, a wykorzystywane materiały są bardziej zrównoważone. Dąży do przejścia z liniowego modelu gospodarki na cyrkularny.



Adresaci poszczególnych części raportu

-  regulator
-  producent kosmetyków
-  producent opakowań
-  konsument
-  organizacja odzysku / recykler



STRATEGIA PLASTIKOWA I KOSMETYKI

Zrównoważone zarządzanie tworzywami sztucznymi w przemyśle kosmetycznym

Deklaracja Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego

Kosmetyk 4.0 musi być bliski i bezpieczny zarówno dla człowieka, jak i natury. Jako Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, reprezentujący ponad 180 firm kosmetycznych działających w kraju, jesteśmy o tym głęboko przekonani. Przemysł kosmetyczny w Polsce przez lata dał się poznać jako odpowiedzialny uczestnik rynku, zaangażowany w zrównoważony rozwój i dbający o środowisko. Ta postawa jest obecnie jednym z najważniejszych źródeł naszej innowacyjności i odpowiedzią na potrzeby zmieniającego się świata.

Ogłoszona przez Komisję Europejską Strategia dotycząca Tworzyw Sztucznych (Strategia Plastikowa) jest wyzwaniem. Podejmujemy je i deklarujemy pełne zaangażowanie w jej powodzenie.

Celem Raportu, przygotowanego przez Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego i Deloitte Advisory, jest zmapowanie najważniejszych wyzwań, w obliczu których stanął przemysł kosmetyczny. Aby skutecznie zarządzać tworzywami sztucznymi w sposób zrównoważony, zidentyfikowaliśmy kluczowe obszary, na które nasz przemysł ma wpływ i które przedsiębiorcy będą musieli wykonać. Są to:

- zrównoważone wykorzystanie materiałów opakowaniowych,
- zrównoważone zarządzanie opakowaniami,
- takie projektowanie opakowań, aby ich recykling był możliwy i łatwy.

Wielu przedstawicieli przemysłu, od międzynarodowych firm, po lokalne startupy, już podjęło szereg długofalowych działań, zmierzających do spełnienia celów Strategii (wybrane prezentujemy w raporcie).

Jednak, aby działania przemysłu były skuteczne, muszą funkcjonować w tzw. **gospodarce o obiegu zamkniętym. A tę tworzą wszyscy uczestnicy łańcucha wartości opakowań**: producenci opakowań i inni przedsiębiorcy sektora tworzyw sztucznych, producenci produktów w opakowaniach wszystkich branż, ustawodawcy w Warszawie i Brukseli, organizacje zarządzające odpadami, organizacje odzysku, recyklerzy, w końcu także sami konsumenci. Jako jedni z interesariuszy, i jedna z pierwszych branż w Polsce, rozpoczynamy definiowanie naszej roli w tym procesie.

Każdy z uczestników łańcucha musi określić swoje zadania i konsekwentnie wdrażać je w celu skutecznego zamknięcia obiegu tworzyw sztucznych. Jest to szczególnie istotne w Polsce i szczególnie istotne teraz, gdy nowoczesny system gospodarowania odpadami (w tym opakowaniowymi) właśnie się u nas tworzy. Jesteśmy na początku drogi!

Uważamy, że do osiągnięcia wspólnego dla wszystkich interesariuszy celu, jakim jest stworzenie zamkniętego obiegu tworzyw sztucznych w Polsce, niezbędne są:

1. aktywny dialog wszystkich uczestników łańcucha wartości opakowań,
2. stworzenie w Polsce odpowiednich ram prawnych dla nowoczesnego i efektywnego systemu zarządzania odpadami,
3. uczynienie recyklingu procesem łatwym, opłacalnym i dostępnym dla wszystkich branż w Polsce,
4. edukacja i kształtowanie postaw konsumentów,
5. wdrożenie przez przedsiębiorców rozwiązań w obszarze **ekoprojektowania**,
6. proporcjonalne wdrożenie Strategii Plastikowej w Polsce, uwzględniające dostępność technologii i szczególne nakłady, jakie muszą ponieść rodzimi przedsiębiorcy,
7. uwzględnienie obowiązujących wymogów dotyczących bezpieczeństwa kosmetyków dla zdrowia ludzi oraz stopień kontrybucji przemysłu kosmetycznego w szczegółowych rozwiązaniach wdrażających Strategię Plastikową.

Wzywamy wszystkich uczestników łańcucha wartości opakowań, w tym w szczególności legislatora, do podjęcia aktywnych działań w celu jak najlepszego przygotowania Polski i polskich przedsiębiorców do realizacji wyzwań wynikających ze Strategii Plastikowej.

Jesteśmy pewni, że jedynie dzięki szerokiej współpracy i wspólnie podejmowanym działaniom możemy z sukcesem zbudować w Polsce system zamkniętego i zrównoważonego obiegu tworzyw sztucznych, w sposób skuteczny, holistyczny, harmonijny i nierewolucyjny, na czym powinno zależeć wszystkim uczestnikom rynku.

Przedstawiciele Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego

Ekoprojektowanie (ecodesign) – proces projektowania, który prowadzi do wytworzenia produktu o mniejszym negatywnym wpływie na środowisko, niż standardowy. W przypadku opakowań ekoprojektowanie oznacza np. zwiększenie przydatności do recyklingu, ponowne użycie lub zastąpienie materiału bardziej przyjaznym dla środowiska.



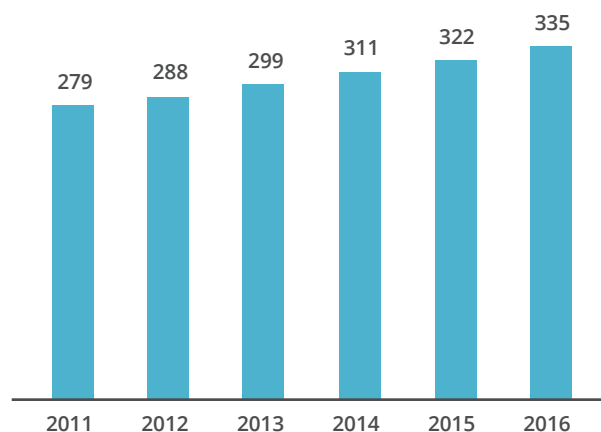
Tworzywa sztuczne – istotny element globalnych gospodarek

W ostatnim stuleciu tworzywa sztuczne stały się w naszym życiu wszechobecne, znajdując zastosowanie praktycznie w każdej dziedzinie życia i gospodarki – od rolnictwa i transportu, poprzez medycynę i przemysł odzieżowy, aż po produkcję opakowań i budownictwo.

Tworzywa sztuczne są lekkie, wytrzymałe, szczelne, łatwe do przetwarzania i formowania i jednocześnie tanie. Dzięki temu spełniają najbardziej restrykcyjne wymogi przemysłowe i regulacyjne. Setki milionów ton materiałów z tworzyw sztucznych, które trafiają corocznie na rynek, poprawiają bezpieczeństwo produktów i komfort naszego życia. Wiele urządzeń i materiałów medycznych nie powstałoby bez tworzyw sztucznych. Opakowania z tworzyw sztucznych chronią produkty przed zepsuciem – zakażeniem mikrobiologicznym lub bezlitosnym działaniem światła i tlenu. Zapobiegają marnowaniu żywności i wielu innych produktów codziennego użycia. Cenne właściwości i atrakcyjna cena sprawiają, że współczesna gospodarka bez tych tworzyw nie mogłaby funkcjonować. Ludzkość nie jest dziś w stanie zupełnie wyeliminować plastiku. Może nim jednak mądrzej i efektywniej zarządzać.

Światowy rynek tworzyw sztucznych osiągnął w 2017 roku wartość ponad 523 mld USD³. W skali globalnej wskaźnik wzrostu rynku tworzyw (CAGR) w ostatnich latach rośnie w tempie około 3,7% rocznie⁴. Przewiduje się, że w 2020 roku wartość sektora tworzyw sztucznych osiągnie 654 mld USD⁵. Wielkość produkcji wyrobów z plastiku w 2016 roku sięgnęła 335 mln ton⁶.

Wykres 1. Produkcja tworzyw sztucznych w skali globalnej (mln ton)⁷



W Unii Europejskiej produkcja średnioroczna tworzyw kształtuje się na poziomie 60 mln ton (18% wartości globalnej), a głównym odbiorcą tworzyw sztucznych jest przemysł opakowaniowy, wykorzystujący blisko 40% całego wolumenu. Kolejnymi pod względem chłonności są budownictwo (19,7%) i motoryzacja (8,9%)⁸. Przemysł tworzyw sztucznych jest znaczącym uczestnikiem europejskiej gospodarki – znajduje się na 7 miejscu pod względem wytwarzania wartości dodanej, składa się z około 60 tys. przedsiębiorstw, które zatrudniają ponad 1,5 mln pracowników.

Branża tworzyw sztucznych jest również istotną gałęzią polskiej gospodarki. Jej roczne obroty przekraczają 85 mld zł, a tempo wzrostu od kilku lat wyprzedza tempo wzrostu PKB oraz całej gałęzi przetwórstwa przemysłowego. W blisko 9 tys. przedsiębiorstwach związanych z branżą pracuje 190 tys. osób⁹.

3 Grand View Research Inc., Plastics Market Size, 2019

4 Grand View Research Inc., CAGR, 2011-2015

5 Grand View Research, Inc. Growth, Plastic Market Size, 2019

6 PlasticsEurope, Tworzywa sztuczne – Fakty 2017

7 Raport firmy ICIS, PlasticsEurope, Tworzywa sztuczne – Fakty 2017

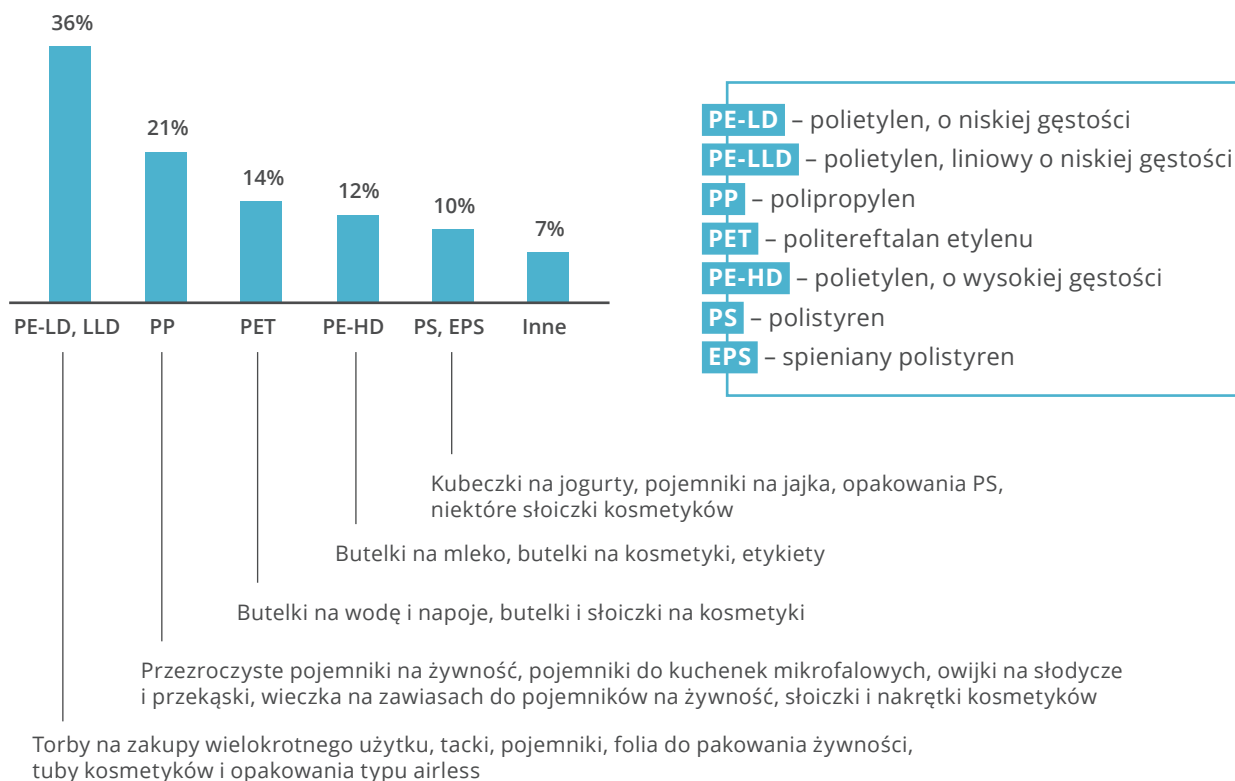
8 PlasticsEurope, Tworzywa sztuczne – Fakty 2017

9 GUS, Rocznik statystyczny przemysłu 2018

Krajowe zapotrzebowanie na tworzywa sztuczne w 2017 roku wyniosło 3,5 mln ton, co oznacza wzrost o 9% w stosunku do roku 2016¹⁰. Polska pozostaje na 6. miejscu pod względem zapotrzebowania na tworzywa w Europie – po Niemczech, Włoszech, Francji, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. Produkcja tworzyw na 1 mieszkańca w Polsce wynosi około 89,7 kg, średnia w krajach zachodniej Europy – 136 kg, a w krajach NAFTA (Północnoamerykańska Strefa Wolnego Handlu) wartość ta sięga 139 kg na osobę¹¹.

Podobnie jak w Europie największym odbiorcą tworzyw sztucznych w Polsce jest sektor opakowań. Wykorzystuje on 32,5% wyprodukowanego plastiku, a zużycie tworzyw do produkcji opakowań stale wzrasta. Od 2013 do 2017 roku masa tworzyw przeznaczonych na ten cel zwiększyła się o 20% i wyniosła 1,12 mln ton (w Polsce)¹⁰. Średnioroczny wzrost zużycia tworzyw w tym segmencie wyniósł 4,4%. W strukturze asortymentowej dominują opakowania z polietylenu i polipropylenu.

Wykres 2. Zużycie tworzyw do produkcji opakowań według rodzaju tworzyw w Polsce w 2017 roku¹⁰.



W 2017 roku masa opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzonych na rynek wyniosła 995 tys. ton, tj. 18% całkowitej masy wprowadzonych opakowań¹². Szacuje się, że około 68% z nich (677 tys. ton) trafiło do gospodarstw domowych, głównie w postaci opakowań jednostkowych stanowiących bezpośrednie opakowanie produktu (butelki, słoiczki, owijki). Reszta – 32% (319 tys. ton) poruszała się między przedsiębiorstwami – w przemyśle i handlu¹³.

Tabela 1. Masa opakowań wprowadzonych na rynek w Polsce w 2017 roku (w tonach)¹⁴.

2017	
Papier i tektura	1 787 408
Drewno	1 317 463
Szkło	1 198 913
Tworzywa sztuczne	995 375
Stal	178 305
Aluminium	84 687
Pozostałe	3 273
TOTAL	5 565 423

10 Fundacja PlasticsEurope Polska, Raport roczny 2017

11 Statista.com; Per capita consumption of plastic materials worldwide in 2015 by region (in kilograms); dane dla Polski z 2017 roku; GUS, rocznik statystyczny przemysłu

12 Sprawozdania Urzędów Marszałkowskich

13 Oszacowania własne Deloitte Advisory, na podstawie danych REKOPOL i Packflow

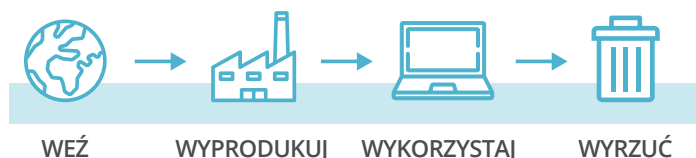
14 Zestawienie obejmuje opakowania jednostkowe oraz opakowania zbiorcze i transportowe



Tworzywa sztuczne – zbyt cenne, by je wyrzucić

Tworzywa sztuczne przez lata zyskiwały na popularności. Z uwagi na właściwości materiałowe i relatywnie niską cenę, były i są masowo stosowane w celu zaspokojenia potrzeb społeczeństwa w wielu dziedzinach życia. Wpływ wyrobu z plastiku na środowisko jest konsekwencją długości okresu jego użytkowania. Może on trwać kilkadziesiąt lat (np. elementy używane w budownictwie) lub sekund (kubek plastikowy jednorazowego użytku).

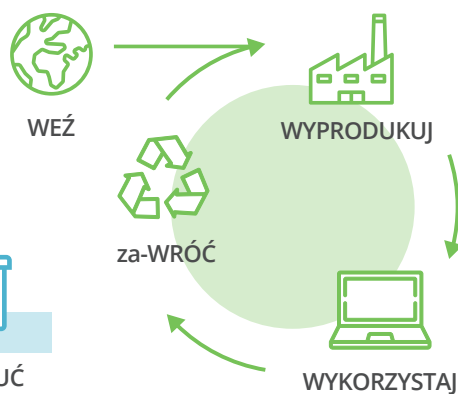
Problem z perspektywy środowiska powstaje wtedy, gdy dany produkt czy opakowanie plastikowe staje się odpadem. W dotychczasowym, liniowym modelu gospodarczym mały nacisk kładło się na ponowne wykorzystanie odpadów. W efekcie odpady z tworzyw sztucznych stały się wyzwaniem globalnym.



GOSPODARKA LINIOWA

Według statystyk masa corocznie generowanych w Europie odpadów z tworzyw sztucznych wynosi blisko 26 mln ton. Z tego recyklingowi poddawane jest jedynie 30% odpadów plastikowych. Niemal 70% spala się, deponuje na składowiskach lub co gorsza pozostawia w środowisku bez jakiegokolwiek zabezpieczenia. Komisja Europejska szacuje, że straty z tym związane wynosić mogą od 70 do 105 mld EUR rocznie¹⁵.

Ostatnie 50 lat to cywilizacyjnie „Era Plastyku”. Stworzyliśmy materiał codziennego użytku, a nie mamy skutecznego systemu jego unieszkodliwiania. Powszechne w użyciu jednorazowe sztuczne, kubki, reklamówki – używane przez kilka minut będą rozkładać się przez setki lat.



GOSPODARKA O OBIEGU ZAMKNIĘTYM

Plastik w morzach to problem transgraniczny

Corocznie duże ilości odpadów plastikowych są uwalniane do środowiska, w dużej mierze do mórz i oceanów. Szacuje się, że każdego roku od 1,5 do 4% światowej produkcji tworzyw – trafia do oceanów, stanowiąc około 80% wszystkich odpadów w największych zbiornikach wodnych¹⁶. Pomimo, że 88-95% odpadów z tworzyw sztucznych znajdujących się w wodach morskich i oceanicznych pochodzi z Azji i Afryki, problem ten jest międzynarodowy, ponieważ mają one charakter transgraniczny (łatwo się przemieszczają)¹⁷.

15 Komisja Europejska, Europejska strategia na rzecz tworzyw sztucznych w gospodarce o obiegu zamkniętym, 2018 (SWD(2018) 16 final, 16.01.2018 r.)

16 ibidem

17 Christian Schmidt et al., Export of Plastic Debris by Rivers into the Sea, Environmental Science & Technology, Vol. 51, Nr. 21, 2017

Każdego roku na świecie do oceanów trafia nawet 13 mln ton odpadów z tworzyw sztucznych – to tak jakby 1 857 tys. średniej ładowności śmieciarek pozbyło się odpadów prosto do oceanu.

Największe wyzwanie stanowią opakowania jednostkowe, stanowiące bezpośrednie opakowania produktów konsumenckich. Wynika to ze złożoności ich łańcucha dostaw oraz problemów występujących na jego poszczególnych etapach. Opakowania w obiegu między przedsiębiorstwami nie stanowią problemu środowiskowego – ze względu na wysoką jakość surowca są łatwo poddawane procesom recyklingu.

Liniowy model gospodarczy, oparty na założeniu „wyprodukuj, wykorzystaj, wyrzuć” wiąże się z utratą ogromnych ilości cennego surowca. Zarówno globalna, jak i polska gospodarka są coraz bardziej materiałochłonne. Wykorzystywanych jest niewiele surowców wtórnych. Zdecydowana większość z wyprodukowanych dóbr kończy swoje życie przedwcześnie, powodując utratę wartości ekonomicznej i negatywne skutki dla środowiska w postaci zanieczyszczenia i emisji gazów cieplarnianych.

Fundacja Ellen MacArthur ocenia, że w wyniku nieefektywnego wykorzystania opakowań z tworzyw sztucznych aż 95% ich wartości jest traczone

w gospodarce. Obecnie konsumujemy 1,6 razy więcej zasobów, niż pozwalają na to możliwości regeneracyjne Ziemi¹⁸. Działania na rzecz wzrostu wydajności – zmniejszenie zasobów i energii z paliw kopalnych konsumowanych na jednostkę produkcji gospodarczej – nie zmienia skończonej natury ich zasobów, lecz mogą jedynie opóźnić to, co nieuchronne. Potrzebna jest zatem głęboka zmiana całego modelu gospodarczego.

Wszechobecność tworzyw sztucznych w naszym codziennym życiu i dane rynkowe wskazują, że plastik pozostanie jednym z kluczowych materiałów we współczesnym świecie. Dziś plastiku nie da się zakazać ani całkowicie z niego zrezygnować. Byłoby to bardzo trudne ze względu na jego unikalne właściwości. Po 60 latach funkcjonowania plastiku na rynku nadal nie mamy dla tego materiału takiej alternatywy, która sprawdzi się w każdych warunkach. Hasła niektórych organizacji lub inicjatyw, jak „plastik stop”, czy „zerwij z plastikiem” – są po prostu nierealne, choćby nawet zawarto w nich dobre intencje oraz dbałość o środowisko. Kluczowym jest, aby debata społeczna, jaka odbywa się aktualnie w Polsce wokół tworzyw sztucznych, miała oparcie w faktycznych danych i realnych możliwościach naszej gospodarki. Ważne jest, by zmniejszać wpływ środowiskowy, jaki wywiera nieprawidłowe zagospodarowanie tworzyw sztucznych.

Wizja nowej gospodarki tworzywami sztucznymi

W styczniu 2018 roku Chiny wprowadziły zakaz importu śmieci, w tym odpadów z tworzyw sztucznych. W ostatnich 30 latach kraj ten był największym globalnie importerem odpadów, wykorzystując je jako surowiec do produkcji nowych produktów. Według różnych danych, około 87% odpadów z plastiku pochodzących z Europy i 56% z całego świata trafiało do Państwa Środka. W uzasadnieniu nowej prośrodowiskowej polityki Chin przyznano, iż import śmieci i wraz z nimi toksycznych związków zbyt mocno zagraża bezpieczeństwu środowiska i ludzi. Polityka Unii Europejskiej dotycząca odpadów musiała szybko ulec zmianie.

Komisja Europejska podjęła działania mające na celu stworzenie nowego modelu gospodarcze-








go, w którym rola tworzyw sztucznych została zredefiniowana. Wielowątkowe dyskusje w tym zakresie, w połowie 2018 roku zostały przypieczętowane **pakiem dyrektyw dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ)**.

Stanowi on obszerny plan działania z jasną, ambitną, długoterminową strategią rozwoju produkcji bezodpadowej, procesów recyklingu, ponownego użycia i ograniczania negatywnego wpływu na środowisko. Jednocześnie zawiera propozycję konkretnych środków służących wsparciu i eliminowaniu przeszkód stojących na drodze do osiągnięcia poprawy. Uwzględnia też warunki panujące w poszczególnych państwach członkowskich, a także różnych sektorach i branżach oraz strumieniach materiałów.

Jak musi zmienić się poziom recyklingu poszczególnych materiałów opakowaniowych w najbliższych latach?



Poziom recyklingu odpadów opakowaniowych dla poszczególnych frakcji:

	obecny poziom (2017)	do roku 2025	do roku 2030
 Opakowania ogółem	58%	65%	70%
 Tworzywo sztuczne	35%	50%	55%
 Drewno	33%	25%	30%
 Stal	88%	70%	80%
 Aluminium	68%	50%	60%
 Szkło	62%	70%	75%
 Papier i tektura	82%	75%	85%



Poziom recyklingu i ponownego użycia odpadów komunalnych do osiągnięcia w najbliższych latach:

	obecny poziom (2017)	do roku 2025	do roku 2030	do roku 2035
Odpady komunalne poddane recyklingowi	27%	55%	60%	65%



Koszty selektywnej zbiórki, transportu i przetwarzania odpadów opakowaniowych będą podzielone pomiędzy producentów i konsumentów. Pierwsi pokryją od 50 do 80% tych kosztów (zależnie od regulacji krajowych i stopnia spełnienia wymaganych poziomów recyklingu). Drudzy odczują ją prawdopodobnie w wyższych cenach produktów na półce.



UE daje krajom członkowskim czas **do 5 stycznia 2023 roku**. W niespełna 4 lata nastąpić ma implementacja przepisów zmienianych dyrektyw oraz dostosowanie istniejących, jak **System Rozszerzonej Odpowiedzialności Producentów (ROP)** do wymaganych standardów.

Rozszerzona Odpowiedzialność Producenta (ROP)

– zasada, zgodnie z którą producent odpowiada za produkt i opakowanie, w którym wprowadził produkt na rynek przez cały cykl ich życia, aż do momentu zagospodarowania odpadu powstałego z tego produktu lub opakowania.

Europejska strategia na rzecz tworzyw sztucznych w gospodarce o obiegu zamkniętym, czyli Strategia Plastikowa

Pakiet GOZ nie dotyka wszystkich obszarów gospodarki o obiegu zamkniętym. Inne działania i propozycje Komisji Europejskiej uzupełniają go w tym zakresie. Jednym z nich jest „Europejska strategia na rzecz tworzyw sztucznych w gospodarce o obiegu zamkniętym”, określana w skrócie jako „Strategia Plastikowa”. Jest to pierwszy dokument tego typu, adresowany do wszystkich interesariuszy – od konsumenta, przez przemysł na legislatorach kończąc. A bierze pod uwagę cały cykl życia tworzyw sztucznych. Strategia Plastikowa stawia ambitny cel: zamknięcie ich obiegu w gospodarce. Ma to nastąpić m.in. poprzez:

- zmianę sposobu projektowania tworzyw sztucznych,
- usprawnienie systemu selektywnego zbierania tworzyw sztucznych oraz zwiększenie poziomów ich recyklingu,
- zwiększenie zdolności i opłacalności recyklingu,
- zintensyfikowanie współpracy pomiędzy poszczególnymi jednostkami działającymi w sektorze tworzyw,
- stworzenie zachęt do inwestowania i wprowadzania innowacji, pobudzenie zmian w innych częściach świata.

Celem Strategii Plastikowej nie jest całkowita rezygnacja z plastiku, ale bardziej zrównoważona i odpowiedzialna gospodarka tym materiałem.

Do 2030 roku wszystkie opakowania z tworzyw sztucznych wprowadzane do obrotu na rynku UE powinny nadawać się do ponownego użycia lub recyklingu w sposób racjonalny pod względem kosztów. Do tego samego roku ponad połowa wytwarzanych w Europie odpadów z tworzyw sztucznych ma być poddawana recyklingowi.

Strategia Plastikowa zakłada zaangażowanie wszystkich uczestników rynku (obywateli, władz publicznych i przemysłu) we wspieranie zrównoważonych wzorców konsumpcji i produkcji, dzięki czemu osiągnięte będą następujące cele:

- uniezależnienie wzrostu masy generowanych odpadów z tworzyw sztucznych od wzrostu gospodarczego,
- rozwój innowacyjnych przedsiębiorstw i rozwiązań opartych o zasady gospodarki o obiegu zamkniętym,
- zmniejszenie masy odpadów z tworzyw sztucznych, które są uwalniane do środowiska,
- zatrzymanie emisji **mikrodrobin plastiku** do mórz, oceanów i atmosfery.

Komisja Europejska już rozpoczęła wdrażanie określonych planów i celów. Koncentrują się one na analizach, konsultacjach publicznych, projektach ustawodawczych, a także programach finansowania. Kluczową rolę we wspieraniu transformacji i nadawaniu kierunku zmianom odgrywać mają również decyzje poszczególnych państw członkowskich. Dotychczas strategiczne zadania nie zostały jednak transponowane do prawa krajowego.

Mikrodrobiny plastiku – syntetyczne, nierozpuszczalne w wodzie granulki o średnicy mniejszej niż 5 mm, stosowane w produktach różnych branż.

Single-Use Plastics Directive

Pierwszym aktem prawnym, ukierunkowanym na osiągnięcie celów Strategii Plastikowej jest „Dyrektywa w sprawie ograniczenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko” (tzn. *Single-Use Plastics Directive*), przyjęta w maju 2019 roku. Przewiduje ona różne rodzaje działań od 2021 roku mające na celu ograniczenie negatywnego wpływu odpadów z tworzyw sztucznych na środowisko. Produkty jednorazowego użytku, takie jak patyczki higieniczne, sztucce, talerze, słomki, mieszadła do napojów, patyczki do balonów oraz pojemniki na żywność „na wynos” ze styropianu (spienionego polistyrenu) zostaną objęte zakazem sprzedaży. Będą musiały zostać zastąpione przez bardziej zrównoważone alternatywy (np. wielorazowe lub biodegradowalne). Inne artykuły, m.in. opakowania

na żywność, paczki i owijki na butelki, kubki na napoje, wyroby tytoniowe z filtrami, chusteczki nawilżane, balony i lekkie torby plastikowe nadal będą mogły być wprowadzane do obrotu. W stosunku do nich zostaną jednak wzmocnione mechanizmy rozszerzonej odpowiedzialności producenta (ROP) i zastosowane oznakowanie służące upowszechnianiu wiedzy. Od 2024 roku nakrętki i wieczka plastikowe będzie można wprowadzić do obrotu tylko pod warunkiem, że będą one przymocowane na stałe do butelek i pojemników. Od tego samego roku wszystkie butelki PET będą musiały być wykonane co najmniej w 25% z surowca wtórnego, a od 2030 roku wszystkie butelki plastikowe (niezależnie od rodzaju tworzywa) – w 30%. Do końca 2025 roku poziom zbiórki i recyklingu opakowań plastikowych po napojach ma wynieść 77%, a do 2029 roku – 90%. Obecnie poziom ten wynosi około 40%.

Dyrektywa *Single-Use Plastics* – konsekwencje dla sektora FMCG

1

Zakaz wykorzystywania jednorazowych produktów z plastiku



sztucce, talerze,
mieszadła,
słomki



patyczki
kosmetyczne



patyczki
do balonów



Pojemniki
styropianowe
do żywności
„na wynos”

2

Konieczność wprowadzenia mechanizmów Rozszerzonej Odpowiedzialności Producenta



pojemniki
na żywność



kubki
na napoje



opakowania
i owijki



butelki
na napoje
i ich korki



filtry
wyrobów
tytoniowych



artykuły
higieniczne



lekkie plastikowe
torby na
zakupy



sieci
rybackie

3

Cel co najmniej 25% rPET w butelkach od 2025 roku i 30% od 2030 roku

4

Zbiórka 77% opakowań napojowych do 2025 roku i 90% do 2029 roku

5

Wszystkie pojemniki napojowe z nakrętkami lub wieczkami będą musiały być przytwierdzone do pojemnika do 2024 roku

Branża kosmetyczna proaktywnie wobec dyrektywy *Single-Use Plastics*

Dyrektywa *Single-Use Plastics* dotyczy przemysłu kosmetycznego w niewielkim zakresie. Wśród głównych odpadów zanieczyszczających morza i oceany jedynym kosmetykiem są chusteczki zawierające włókniny plastikowe. Będą one podlegały wymogom dotyczącym oznakowania w celu informowania konsumentów o właściwych sposobach postępowania po ich zużyciu. Wytwórcy chusteczek z włókninami plastikowymi będą również objęci systemem ROP. Ich obowiązkiem będzie m.in. podejmowanie działań edukacyjnych, których celem jest zapobieganie powstawaniu i ograniczenie występowania takich odpadów. System ROP będzie także związany z opłatami za korzystanie ze środowiska.

Branża kosmetyczna już podjęła działania by przygotować się do tych zmian – Europejskie Stowarzyszenie Producentów Artykułów Jednorazowych i Włóknin EDANA, we współpracy z Cosmetics Europe, przygotowało propozycję oznakowania chusteczek, odpowiadającą wymaganiom dyrektywy *Single-Use Plastics*. Została ona zaproponowana Komisji Europejskiej jako samoregulacja przemysłu kosmetycznego.

Mikroplastiki

Kolejnym projektem, który ma doprowadzić do bardziej zrównoważonego zarządzania tworzywami sztucznymi i odpowiedzieć na zanieczyszczenie nimi środowiska jest wprowadzenie ograniczeń dotyczących mikroplastików. Mikroplastiki to bardzo małe kawałki tworzyw sztucznych o średnicy poniżej 5 mm. Mogą one powstawać przypadkowo (np. z opon poprzez ścieranie lub z tkanin w procesie prania) lub być celowo dodawane do produktów i wówczas określane są jako mikrodrobiny plastikowe. Mikrodrobiny plastikowe stosowane są w nawozach, farbach i lakierach, detergentach i do niedawna – również w kosmetykach spłukiwanych. Mikroplastiki stanowią istotną część zanieczyszczeń środowiska morskiego.

Mikrodrobiny Plastikowe – samoregulacja przemysłu kosmetycznego

Firmy kosmetyczne dotychczas wykorzystywały mikrodrobiny plastikowe przede wszystkim jako substancje złuszczące w peelingach, czasem w innych produktach spłukiwanych, jak pasty do zębów, mydła i szampony. Analizy środowiskowe wykazały, że udział przemysłu kosmetycznego w masie faktycznych odpadów mikrodrobin plastikowych w wodach morskich wynosi jedynie 0,1-2%¹⁹.

Pomimo niskiego stopnia kontrybucji przemysł kosmetyczny w 2015 roku dobrowolnie i jako pierwsza branża zadeklarował wycofanie się ze stosowania mikrodrobin plastikowych w produktach spłukiwanych do 2020 roku. Jak wynika z przeprowadzonej w 2018 roku przez Cosmetics Europe oceny efektów tej samoregulacji, użycie mikrodrobin plastikowych w kosmetykach w latach 2012-2017 zmniejszyło się aż o 97,6%. Jest to jedna z dobrych praktyk przemysłu kosmetycznego w zakresie odpowiedzialnego zarządzania plastikiem.

Na początku 2019 roku Europejska Agencja Chemikaliów (ECHA) opublikowała propozycję regulacji mikroplastików celowo dodawanych do produktów. Została ona oceniona przez przemysł kosmetyczny jako kontrowersyjna, gdyż ECHA zaproponowała zakaz stosowania mikroplastików definiowanych bardzo szeroko. Definicja mikroplastików przygotowana przez agencję objęła nie tylko mikrodrobiny plastikowe, ale również wiele polimerów, które tworzywami sztucznymi (plastikami) nie są. A zgodnie z dokumentami przedstawionymi przez samą ECHA to właśnie plastiki – tworzywa sztuczne – stanowią główne zanieczyszczenia mórz²⁰.

Musimy zdawać sobie sprawę, że wiele syntetycznych polimerów w preparatach kosmetycznych to niezbędne substancje funkcjonalne, bez których produkty nie mogą być wytwarzane. Są to na przykład emulgatory, stabilizatory lub zagęstniki, które zapewniają, że kosmetyki dają się łatwo stosować i mają pożądaną jakość (np. nie ulegają rozwarstwieniu podczas przechowywania w łazience).

Wątpliwości przemysłu budzi przede wszystkim nieproporcjonalność propozycji ECHA wobec poszczególnych branż. ECHA w swoim dossier oszacowała emisję mikroplastików do środowiska z poszczególnych branż i produktów, w tym z kosmetyków spłukiwanych i pozostawianych na skórze. Jednocześnie Agencja oszacowała koszty zmiany receptur produktów, jakie poniosą poszczególne branże. Z analiz

19 Gouin et al, Use of Micro-Plastic Beads in Cosmetic Products in Europe and Their Estimated Emission to the North Sea Environment, 2015; Primary microplastics in the oceans: a global evaluation of sources, IUCN Report, 2017

20 The problem with microplastics, materiały informacyjne Europejskiej Agencji ds. Chemikaliów <https://youtu.be/sl82ZO9AT4Y>

tych wynika, że pomimo tego, że mikroplastiki i polimery pochodzące z kosmetyków pozostawianych na skórze łącznie stanowią jedynie 2% emisji tych materiałów do środowiska, to przemysł kosmetyczny, aby dostosować receptury do wprowadzanych zmian, poniesie około 80% kosztów (uwzględniając wszystkie branże i wszystkie produkty). Mikroplastiki (rozumiane

jako mikrodrobiny plastikowe) zostały już przez przemysł kosmetyczny wycofane na drodze samoregulacji, ale zakaz używania wszystkich polimerów syntetycznych, także tych, które plastikami nie są, wywróci do góry nogami sposób funkcjonowania całej branży. Jednocześnie osiągnięty w ten sposób korzystny wpływ na środowisko będzie minimalny.

Mikroplastiki według ECHA – proponowane ograniczenia

Ograniczenie emisji mikroplastików do środowiska jest elementem unijnej strategii dotyczącej tworzyw sztucznych. ECHA opublikowała 20 marca 2019 roku dokument „Annex XV Restriction Report. Proposal for a Restriction. Intentionally added microplastics”.

Na czym miałyby polegać restrykcje?

1. Zakaz wprowadzania do obrotu mikroplastików, jeśli użycie produktu prowadzi nieuchronnie do wprowadzenia go do środowiska, niezależnie od sposobu użycia (dla części produktów byłby przewidziany okres przejściowy np. niektóre kosmetyki, środki ochrony roślin);
2. Obowiązek prawidłowego oznakowania w przypadku produktów, których użycie nie prowadzi nieuchronnie do wprowadzenia do środowiska mikroplastików, ale zanieczyszczenie może nastąpić, jeśli produkt jest użyty lub wyrzucony nieprawidłowo;
3. Obowiązki sprawozdawcze.

Planuje się, że restrykcje dotyczące mikroplastików wejdą w życie w 2021 roku i będą wprowadzone poprzez rozporządzenie REACH.

Niektóre państwa członkowskie UE wprowadziły indywidualne regulacje dotyczące ograniczenia mikroplastików (m.in. Belgia, Francja, Irlandia, Włochy, Szwecja i Wielka Brytania). Ograniczenia te dotyczą jednak w większości mikrodrobin plastikowych – czyli stałych cząstek plastikowych, a nie polimerów, z których są one wykonane ²¹.

Jak wspomniano, ECHA zaproponowała szerokie ograniczenia – zakaz stosowania wielu polimerów, włącznie z tymi które nie są plastikami. Szczegółowy zakres ograniczeń nie jest znany w momencie przygotowywania raportu i będzie zależał od tego, jaką definicję mikroplastiku ostatecznie przyjmie Agencja.

Jak odnaleźć się w gąszczu dokumentów i regulacji odnoszących się do zagadnień plastikowych?

Wymienione powyżej zagadnienia regulacyjne i odniesienia do dokumentów strategicznych mogą stwarzać trudności interpretacyjne. Odpowiedź na pytanie, które regulacje są ważniejsze, które z nich obowiązują wprost, a które nadają jedynie kierunki nie jest łatwa. Dodatkowo do regulacji unijnych dochodzi szereg polskich aktów

prawnych (patrz załącznik I. Bibliografia aktów prawnych i istotnych dokumentów), w których należy się orientować funkcjonując na rynku.

Należy podkreślić, że wszystkie wymienione dokumenty są istotne i nie wykluczające się, tym samym trudno zbudować z nich hierarchię. Strategia Plastikowa jest dokumentem strategicznym, który pokazuje kierunki (ale nie jest regulacją sensu stricto i nie jest wdrażana bezpośrednio do prawa krajowego). Na jej podstawie powstaną dopiero konkretne regulacje. Opisane wyżej dyrektywy wskazują natomiast cele i wymagają wdrożenia w prawodawstwie krajowym (jednak nie obowiązują wprost). Pakiet dyrektyw odnosi się z kolei do głównego celu, ale reguluje go w poszczególnych zakresach osobnymi dokumentami. Dla każdego z nich staraliśmy się wskazać kluczowe aspekty, z którymi branża kosmetyczna i polska gospodarka muszą zmierzyć się w najbliższym czasie.



Wyzwanie stojące przed Polską: budowa efektywnego systemu gospodarki odpadami z tworzyw sztucznych

U podstaw skutecznego wdrożenia modelu gospodarki o obiegu zamkniętym w zakresie opakowań leży efektywny system gospodarowania odpadami opakowaniowymi. Kluczowym warunkiem jego stworzenia jest odpowiedni system Rozszerzonej Odpowiedzialności Producenta (ROP). Zapewni on m.in. odpowiednie finansowanie systemu. Istniejący w Polsce system ROP charakteryzuje się ograniczoną realną odpowiedzialnością producentów za wprowadzone na rynek opakowania. Wprowadzający ponoszą nieadekwatnie niskie koszty w stosunku do kosztów zbiórki, recyklingu i odzysku odpadów. Sformułowanie minimalnych wymagań dotyczących ROP jest jednym z kluczowych ustaleń pakietu gospodarki o obiegu zamkniętym. W Polsce zmiany muszą zostać wdrożone do 2023 roku.

Ważnym instrumentem finansowym może być system zachęt dla poszczególnych uczestników rynku, o którym wspomina Komisja w Strategii Plastikowej. Powinien on być powiązany z instrumentami ekonomicznymi mającymi na celu przeciwdziałanie „wyciekaniu” tworzyw sztucznych z gospodarki (rozumianego jako nielegalne, bądź niestaranne zagospodarowanie tworzyw sztucznych, powodujące szkodę dla gospodarki i środowiska).

Analizując sytuację w Polsce z perspektywy przemysłu kosmetycznego można wyróżnić szereg zadań administracji, które wydają się niezbędne do budowy efektywnego systemu gospodarki odpadami. Wśród nich najważniejszymi są:

- **Rozszerzona Odpowiedzialność Producenta** – sformułowanie minimalnych wymagań dotyczących systemu Rozszerzonej Odpowiedzialności Producenta, w tym m.in. w zakresie odpowiedniego poziomu pokrycia kosztów związanych ze zbiórką selektywną i przetwarzaniem odpadów, zdefiniowania ról i obowiązków poszczególnych uczestników rynku, zapewnienia uczciwej konkurencji pomiędzy podmiotami oraz odpowiednie nadzoru nad systemem. Dobrze działający ROP stworzy warunki do zwiększenia poziomu selektywnej zbiórki i odzysku tworzyw sztucznych w łańcuchu wartości, w tym z takich branż, jak kosmetyczna.
- **Projektowanie z myślą o recyklingu** – ułatwienie dialogu pomiędzy projektantami i producentami opakowań a recyklerami, z uwzględnieniem specyfiki poszczególnych branż. Pozyskanie wiedzy na temat faktycznych możliwości recyklingu na krajowym rynku, zapewnienie projektantom i producentom wiedzy o zasadach i możliwościach selektywnej zbiórki i recyklingu.
- **Dostosowanie systemu zbiórki do potencjału w zakresie recyklingu** oraz zapewnienie skuteczności podejmowanych działań.
- **Rozwój infrastruktury i technologii recyklingu** – nowy system ROP powinien służyć zapewnieniu dalszej rozbudowy i utrzymania niezbędnej infrastruktury recyklingu w Polsce. Zastosowanie innowacyjnych rozwiązań może stanowić jeden z głównych bodźców wzrostu poziomu recyklingu tworzyw w Polsce. Nie mniej istotne jest także korzystanie z doświadczeń innych krajów w zakresie wyboru optymalnych rozwiązań technologicznych, wsparcie działań B+R w obszarze innowacyjnego recyklingu tworzyw i usprawnianie funkcjonowania sektora administracji w zakresie wydawania pozwoleń inwestycyjnych.
- **Poprawa konkurencyjności na rynku surowców wtórnych** – relatywnie niska cena tworzyw sztucznych przyczynia się do małego zainteresowania zawróceniem do obiegu odpadów z nich powstałych. Producentom łatwiej jest wytworzyć nowy materiał z surowców kopalnych, niż przetwarzać odpady, które ze względu na obecność dodatków i niewystarczający potencjał recyklingu, są często trudne w zagospodarowaniu. W sytuacji, gdy odpad z tworzywa sztucznego posiada realną i atrakcyjną wartość dla gospodarki, jest mniej prawdopodobne, że trafi on poza obieg systemu zamkniętego. Ciekawe rozwiązanie w tym zakresie zastosowane zostało w Wielkiej Brytanii, gdzie każde opakowanie plastikowe, które nie zawiera co najmniej 30% surowca wtórnego zostało objęte specjalnym podatkiem.

- **Zaangażowanie całego łańcucha wartości w proces przejścia na gospodarkę o obiegu zamkniętym**, poprzez inicjowanie i wspieranie współpracy i wymiany wiedzy, spotkania branżowe, działania edukacyjne a także wykorzystanie inicjatyw obecnie istniejących na rynku (np. Koalicja 5 Frakcji, Działaj z impETem!).
- **Opracowanie rozwiązań wspierających rozwój innowacyjnych technologii materiałowych i procesowych**, takich jak programy finansowe czy popularyzacja wypracowanych już wynalazków.
- **Systemowa edukacja ekologiczna i upowszechnianie wiedzy i praktyk z zakresu segregacji, odzysku i recyklingu** dostosowana do typu i wieku odbiorców jest niezbędna. Bez niej zrównoważone innowacje na etapie projektowania i produkcji nie przyniosą oczekiwanych rezultatów.

Jak wygląda dziś w Polsce poziom recyklingu opakowań jednostkowych?

Według oficjalnych danych poziom recyklingu opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzonych do gospodarstw domowych w Polsce wynosi mniej niż 35%²². Pozostała część jest tracona w strumieniu odpadów zmieszanych, ląduje na dzikich wysypiskach lub jest spalana w piecach domowych lub spalarniach.

Osiągany poziom spełnia wymagania obecnie obowiązujących regulacji. Niemniej nadal oznacza marnotrawstwo 60% surowca i ogromne straty ekonomiczne i środowiskowe. Obecny, niedoskonały obieg tworzyw sztucznych w gospodarce przyczynia się do nasilenia negatywnych zjawisk, takich jak degradacja środowiska naturalnego i szkodliwy wpływ na zdrowie ludzkie. Docelowy wymagany poziom recyklingu w 2025 roku to 50%.

W kontekście unijnych wymagań Polska ma dużo do zrobienia dla poprawy zarządzania obiegiem tworzyw i zwiększenia ich recyklingu do poziomu zbliżonego do europejskich liderów. Polski system racjonalnego gospodarowania opakowaniami i odpadami opakowaniowymi dopiero się tworzy. Selektywna zbiórka odpadów w Polsce dostarcza recykerom ograniczonej ilości materiału. Możliwości recyklingu także wciąż są ograniczone – obecny potencjał technologiczny w tym zakresie powoduje, że w przypadku większości opakowań z tworzyw sztucznych recykling jest mało opłacalny.

Na podstawie europejskich założeń, polski ustawodawca musi więc kompleksowo przebudować system selektywnej zbiórki i recyklingu funkcjonujący w naszym kraju, a także sposób jego finansowania. Pierwszym krokiem w tym kierunku było wprowadzenie od 1 stycznia 2017 roku ogólnopolskiego systemu selektywnej zbiórki odpadów, z podziałem na 5 frakcji. System ten jednak nadal nie funkcjonuje w całym kraju. Warszawa wdrożyła 5 frakcji dopiero w styczniu 2019 roku, a część gmin w Polsce dopiero się do tego przygotowuje.

POLSKA



Wyzwania w zarządzaniu obiegiem tworzyw sztucznych

22 GUS, Ochrona Środowiska 2018, dane za rok 2017; poziom odnosi się do wszystkich opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzonych na rynek. Poziom recyklingu w wysokości 35% jest realizowany z wykorzystaniem wszystkich opakowań składających się na cały system pakowania, w którym towary są wprowadzane na rynek krajowy, czyli opakowania jednostkowe oraz zbiorcze i transportowe



Opakowanie 4.0 - wyzwania dla branży kosmetycznej w Polsce

Opakowanie stanowi integralny element produktu kosmetycznego. Jego rola przy zakupie jest w tej branży zdecydowanie bardziej istotna niż w innych branżach – realizuje szereg zadań. Jedną z najbardziej istotnych jest ochrona produktu przed zanieczyszczeniami czy zepsuciem, a tym samym ochrona zdrowia użytkownika. Rodzaj opakowania wpływa na to, jak długo produkt może być używany, a jego skład i sposób interakcji z masą produktu brane są pod uwagę podczas oceny bezpieczeństwa kosmetyku. Wymagane przez prawo standardy bezpieczeństwa i jakości są tutaj zbliżone do sektora spożywczego. Ale opakowanie jest także unikalną formą komunikacji producenta z kupującymi, którzy należą do bardzo różnych grup i mają różne preferencje. Konsument europejski ma na przykład inne oczekiwania niż nabywca w krajach arabskich. W niektórych regionach świata preferowane są opakowania bogato zdobione, metalizowane, a kwestie środowiskowe mają tam wciąż znaczenie marginalne.

Niezależnie jednak od różnic w preferencjach, celem opakowania jest przyciągnięcie uwagi klienta. Ważna jest ciekawa konstrukcja i oryginalna szata graficzna, odpowiedź na najnowsze trendy i funkcjonalność. To właśnie opakowanie w dużej mierze sprawia, że konsument sięga po produkt na półce sklepowej. Jest magnesem, który przyciąga wzrok konsumenta, a jego atrakcyjność wpływa na szybkość i pewność decyzji zakupowej. Rola marketingowa i komunikacyjna opakowania jest dla producentów kosmetyków niezmiernie ważna. Opakowanie wpisane jest w tożsamość marki i jej rozpoznawalność. Jego jakość stanowi wartość dodaną kosmetyku, który jest dla konsumenta gwarantem jakości, a w przypadku produktów premium – synonimem luksusu. Opakowanie staje się więc narzędziem, które kształtuje zapotrzebowanie na dane produkty i pozwala na wygraną w walce o konsumenta w świecie coraz większej konkurencyjności i różnorodności produktów na półkach sklepowych.



W ostatnich latach jeszcze jedna rola opakowania staje się istotna dla coraz większej rzeszy odbiorców. Na znaczeniu zyskują kwestie środowiskowe, a klienci zwracają uwagę nie tylko na wygląd, ale także na to, jak opakowanie ich ulubionego produktu wpływa na środowisko.

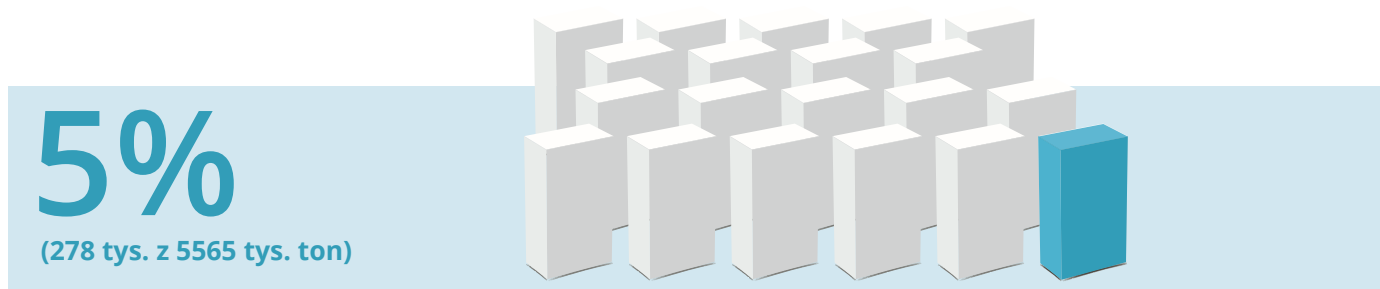
Jak na te zmieniające się oczekiwania powinny odpowiadać regulacje prawne? Z jednej strony nie mogą naruszać podstawowego wymagania, jakim jest bezpieczeństwo produktu. Z drugiej powinny gwarantować, że podstawowe funkcje opakowania, jakich oczekuje konsument zostaną zachowane. A jednocześnie, to sam konsument – wyprzedzając regulatora w tym aspekcie – oczekuje, że opakowanie nie utraci żadnej ze swoich dotychczasowych cech i funkcji, a zyska nową, dodatkową – będzie przyjazne środowisku.

Dynamicznie rozwijający się sektor opakowań wprowadza coraz to nowsze, konkurencyj-

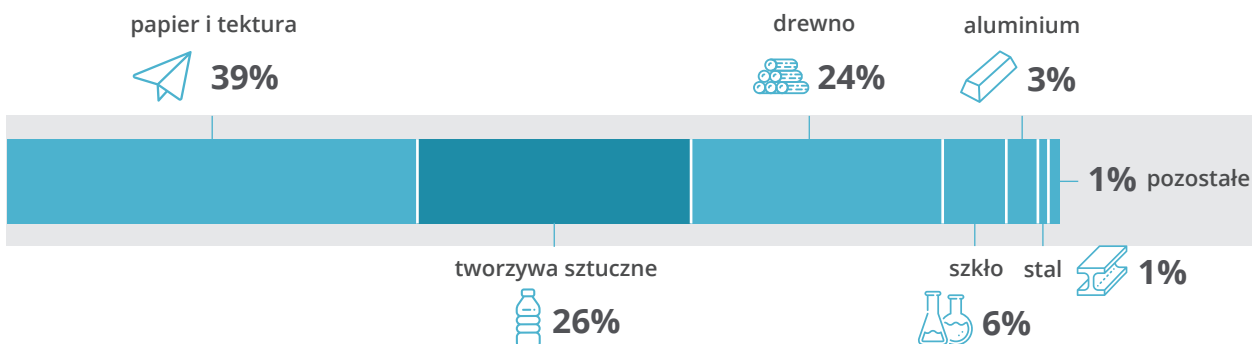
ne pod względem funkcjonalności i wyglądu rozwiązania oraz udoskonalenia. Innowacje technologiczne w obrębie tworzyw sztucznych przejawiające się szeroką dostępnością materiałów czy wariantów użytkowych umożliwiają tworzenie bezpiecznych i praktycznych opakowań, przez co materiały te są powszechnie wykorzystywane przez branżę. Za stosowaniem tworzyw sztucznych przemawia niska cena i wysoka elastyczność wyrobu pod względem wymagań jakościowych, funkcjonalnych i wizualnych.

Przemysł kosmetyczny nie wprowadza największej liczby opakowań z tworzyw sztucznych na polski rynek. Bez względu na wykorzystany surowiec i materiały, opakowania kosmetyków stanowią jedynie 5%. Pozostałe opakowania wykorzystują m.in. branża spożywcza, napojowa czy chemiczna. Biorąc pod lupę wykorzystane w tych 5% materiały – plastik stanowi 26%.

Wykres 3. Masa opakowań wprowadzanych do obrotu w branży kosmetycznej.



Wykres 4. Struktura opakowań wprowadzonych na rynek przez branżę kosmetyczną w Polsce²³.



23 Oszacowania Deloitte Advisory na podstawie danych REKOPOL. Zestawienie obejmuje opakowania jednostkowe oraz opakowania zbiorcze i transportowe

Opakowania z tworzyw sztucznych wykorzystywane przez branżę kosmetyczną to około 70 tys. ton. Do konsumenta, w formie opakowań jednostkowych, trafia w przybliżeniu 50 tys. ton, co stanowi 7% całkowitej masy opakowań plastikowych wykorzystywanych w gospodarstwach domowych.






Zgodnie z deklaracjami firm przemysłu kosmetycznego²⁴, najważniejszymi tworzywami sztucznymi, stosowanymi w opakowaniach jednostkowych kosmetyków, są materiały pokazane w Tabeli 2.

Wyniki przeprowadzonej ankiety wskazują, że 3 pierwsze tworzywa są stosowane przez prawie wszystkich producentów i są bezwzględnie niezbędne dla przemysłu kosmetycznego. Ich unikalne właściwości pozwalają na pełną kompatybilność z masą produktu i zapewnienie ochrony barierowej, a więc uniwersalne zastosowania w większości kategorii kosmetyków. Natomiast niektóre kategorie produktów – ze względu na zawartość składników aktywnych i ryzyko zepsucia produktu (np. przez utlenienie), wymagają specyficznych opakowań o szczególnych funkcjach barierowych. Dlatego wiele firm kosmetycznych wykorzystuje pewną ilość opakowań wielomateriałowych. Są to np. tuby laminowane do past do zębów i kremów do golenia czy wielomateriałowe saszetki. W ankiecie wskazano także, że szczególne wymagania mogą mieć zastosowanie do produktów segmentu premium. W tym przypadku obecność nietypowego (np. wielomateriałowego) opakowania jest często warunkiem decyzji zakupowej konsumentów.

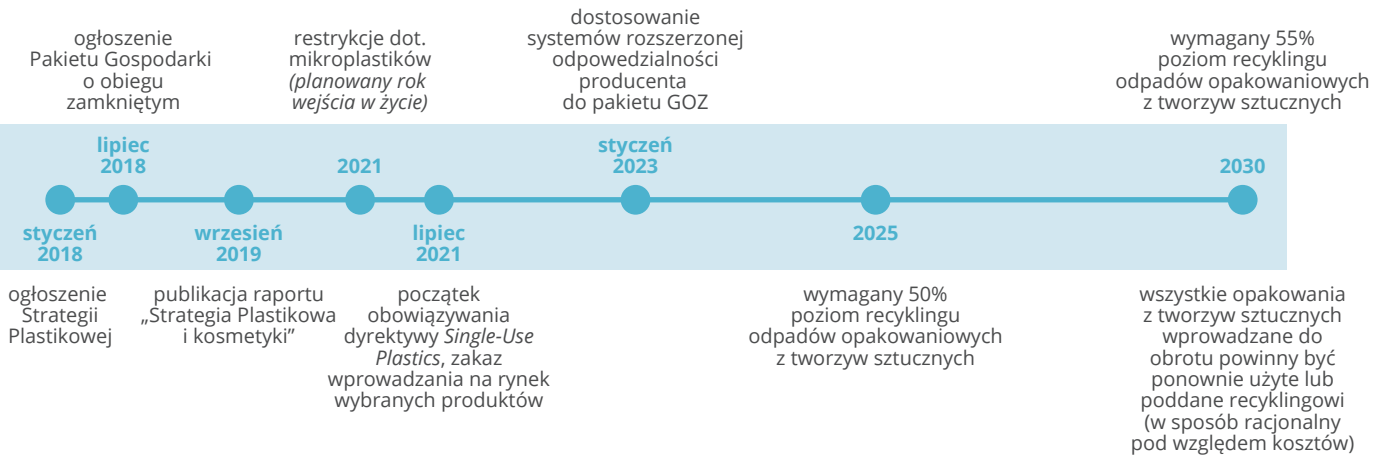
Tworzywa sztuczne używane są również w opakowaniach zbiorczych przeznaczonych do magazynowania i transportu. Są to głównie folie.

Firmy przemysłu kosmetycznego mają świadomość, jak duże zmiany będą musiały wprowadzić, aby zapewnić zamknięty obieg opakowań produktów kosmetycznych – w tym ułatwić selektywną zbiórkę i następnie recykling.

Tabela 2. Najważniejsze tworzywa sztuczne wykorzystywane w opakowaniach jednostkowych kosmetyków, na podstawie deklaracji firm przemysłu kosmetycznego (% respondentów w ankiecie).

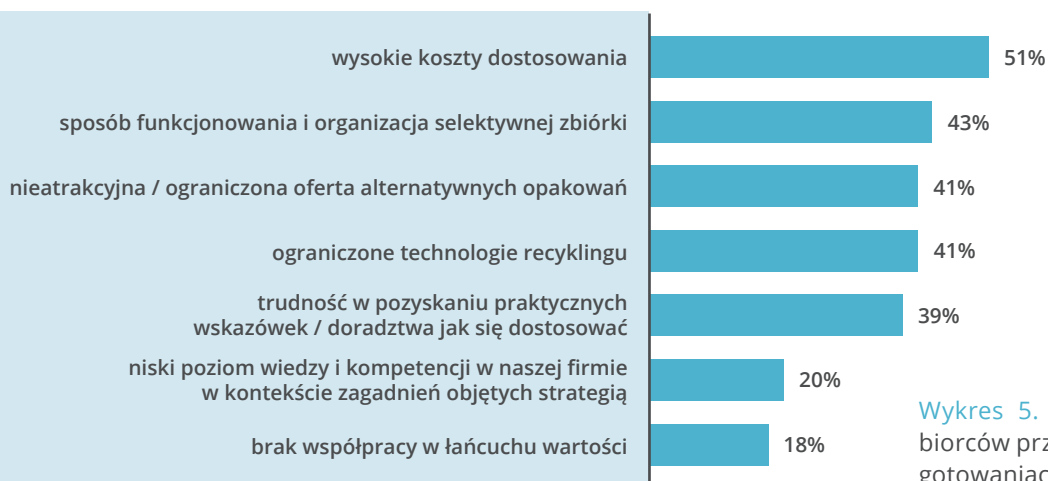
% respondentów		
92%		PE, polietylen i jego odmiany (HDPE, LDPE)
86%		PP, polipropylen
78%		PET, politereftalan etylenu
20%		PS, polistyren
20%		PVC, polichlorek winylu

Kluczowe daty dla wprowadzających niektóre produkty oraz opakowania z tworzyw sztucznych w branży kosmetycznej



Kluczowy obszar, który będzie wymagał zmian, to sposób projektowania opakowań, ich konstrukcji, rodzaju stosowanych materiałów. Za-

pytaliśmy przedsiębiorców, jakie główne wyzwania dostrzegają w procesie przygotowań do realizacji Strategii Plastikowej.



Wykres 5. Kluczowe wyzwania przedsiębiorców przemysłu kosmetycznego w przygotowaniach do Strategii Plastikowej.

Poza kosztami dostosowania, najczęściej jako trudności wymieniano sposób funkcjonowania systemu gospodarki odpadami w Polsce, dostęp do wiedzy i relatywnie uboga oferta alternatywnych dla plastiku rozwiązań. Szkło jest często wykorzystywaną alternatywą, jednak jego przetwarzanie oznacza duży wpływ na środowisko, szczególnie z racji wysokiej energochłonności (proces wytopu szkła) oraz wagi (logistyka i transport). Biotworzywa zaś w większości nie mogą być stosowane do pakowania kosmetyków ze względu na niską barierowość. Oznacza to, że biodegradowalne opakowanie może niewystarczająco chronić produkt kosmetyczny przed czynnikami zewnętrznymi, co może pogorszyć jego pierwotne właściwości.

Dwa najczęściej wykorzystywane jako opakowania kosmetyków materiały to PE i PP. Niestety,

ich recykling w Polsce jest utrudniony ze względu na brak ekonomicznego uzasadnienia takiego procesu. W Polsce przetworzeniu poddaje się głównie PET, jednak pochodzący z opakowań spożywczych – po napojach.

W przypadku PET strumień recyklingu jest dobrze określony i „czysty” – są to głównie butelki po napojach. Dlatego recyklat z takiego strumienia ma wysoką jakość, może uzyskać dopuszczenie do stosowania w żywności i może być stosowany jako opakowania produktów spożywczych lub kosmetyków. W przypadku PP i PE strumień odpadów jest dużo bardziej zróżnicowany, bo mieszają się w nim różne grupy opakowań o różnych wymogach prawnych odnośnie jakości (np. zawartość metali ciężkich, inne dodatki): słoik po kremie, kanister po benzynie, butelka po płynie do

czyszczenia toalet. Obecnie na rynku polskim nie ma możliwości pozyskania regranulatu PP z atestem dopuszczenia do kontaktu z żywno-

ścią. Dziś butelki z PE/PP z recyklingu stosowane są przede wszystkim w produktach do chemii gospodarczej.



Zaangażowanie wszystkich uczestników łańcucha wartości – klucz do realizacji Strategii Plastikowej

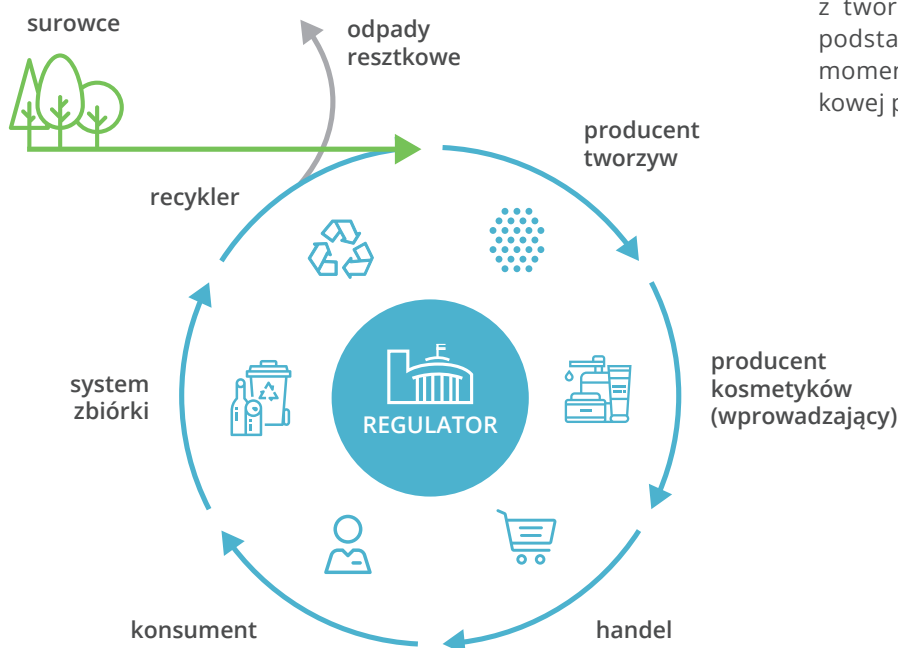
Wyzwania w realizacji Strategii Plastikowej będą szczególnie mocno odczuwalne przez przedsiębiorców w Polsce. Tutaj, jednocześnie z wdrażaniem gospodarki tworzywami sztucznymi w obiegu zamkniętym, **musi zostać uporządkowany cały system gospodarki opakowaniami i odpadami opakowaniowymi**. Niezbędny jest nowy sposób finansowania całego systemu gospodarki odpadami, który umożliwi bardziej efektywną, selektywną zbiórkę odpadów, a następnie ich recykling, a także zmieni postawy konsumentów i podmiotów, które wprowadzają do obrotu opakowania.

Dostosowanie całego sektora opakowaniowego do nowego modelu gospodarki o obiegu zamkniętym wiąże się z reorganizacją działalności wszystkich podmiotów funkcjonujących w łańcuchu wartości. Wymaga to zaangażowania wszystkich uczestników rynku i wypracowania nowych zasad współpracy i komunikacji.

Przyczyny obecnej, liniowej gospodarki tworzywami są bardzo złożone. Znajdziemy je na każdym etapie łańcucha – od produkcji tworzyw, opakowań i produktów konsumenckich, poprzez konsumpcję produktów, zbiórkę odpadów i recykling, a także towarzyszące temu ustawodawstwo. Jedynie podjęcie wspólnych działań może przynieść wymierne korzyści i realne zmiany.

Dla wielu podmiotów nowe podejście do zarządzania tworzywami sztucznymi stanowi wyzwanie technologiczne. W przypadku jednych firm może to być barierą dla dalszego rozwoju. Dla innych być może stanie się motorem innowacyjności.

Niniejszy rozdział zawiera obserwacje i rekomendacje Związku dla poszczególnych uczestników systemu gospodarowania odpadami z tworzyw sztucznych, zebrane na podstawie naszych doświadczeń od momentu ogłoszenia Strategii Plastikowej przez Komisję.





Producent kosmetyków. Projektowanie z myślą o recyklingu. Edukacja

W wyniku wdrożenia Strategii Plastikowej w przemyśle kosmetycznym nastąpią znaczące zmiany. Na pewno wiele firm wykorzysta je jako motor innowacyjności, a być może także jako narzędzie dialogu z konsumentem, np. poprzez możliwość szybkiej reakcji na potrzeby rynku i konsumenta.

Bardziej zrównoważone gospodarowanie tworzywami poprzez zamknięcie ich obiegu w go-

spodarce będzie wymagać projektowania opakowań z myślą o łatwiejszym sortowaniu odpadów (przede wszystkim opakowaniowych) i recyklingu. **Wypracowanie odpowiednich wytycznych, jak i samych innowacji w tym zakresie, będzie wymagało intensywnych badań i ściślejszej współpracy wszystkich zaangażowanych podmiotów w całym łańcuchu wartości opakowań i produktów z tworzyw.** Wytycznymi dla takich rozwiązań mogą być np. eliminacja z projektowanego opakowania wszelkich elementów niemożliwych do recyklingu, bądź też uproszczenie ich składu do jednego lub maksymalnie kilku

PROJEKTOWANIE DLA ŚRODOWISKA

Zgodnie z normą PKN-ISO/TR 14062:2004 (Zarządzanie środowiskowe – Włączanie aspektów środowiskowych do projektowania i rozwoju wyrobu) ekoprojektowanie oznacza „włączenie aspektów środowiskowych do projektowania i rozwoju wyrobu”. Ekoprojektowanie stanowi zatem uzupełnienie głównych elementów rozpatrywanych w standardowym procesie, takich jak bezpieczeństwo, funkcjonalność, ergonomia, parametry wytrzymałościowe czy koszty. W praktyce oznacza to opracowanie nowej lub udoskonalonej wersji opakowania (lub produktu) o mniejszym wpływie na środowisko. Istnieje wiele metod i narzędzi prowadzących do osiągnięcia tego celu. Praktyki ekoprojektowania mogą obejmować m.in.:

- stosowanie opakowania wielokrotnego użytku,
- zamianę materiałów czy form konstrukcyjnych na bardziej ekologiczne alternatywy,
- zmniejszenie masy opakowania,
- stosowanie jednorodnych materiałów, które są przedmiotem selektywnej zbiórki i są możliwe do poddania recyklingowi,
- w przypadku stosowania wielu materiałów – zapewnienie możliwości łatwego ich oddzielenia, elementów łatwo usuwalnych już na etapie konsumenta,
- stosowanie znaków identyfikujących materiał, wskazujących odpowiednie postępowanie z odpadem oraz określających przydatność do recyklingu,
- uwzględnienie praktycznych i opłacalnych ekonomicznie możliwości recyklingu.

Decydując się na jedno (lub kilka z powyższych rozwiązań), jako pierwszy krok, warto przeprowadzić badania **LCA**, które pozwalają określić, który z etapów cyklu życia opakowania stanowi główne źródło negatywnego oddziaływania na środowisko. LCA jest analizą „od kołyski do kołyski” a jej wyniki ukazują holistyczne podejście odnoszące się do wpływu danego wyrobu na środowisko, obejmujące procesy produkcji, transportu i końcowego zagospodarowania.

LCA – (ang. *life cycle assessment*) – ocena cyklu życia, czyli proces oceny wpływu, jaki dany produkt wywiera na środowisko naturalne podczas całego cyklu życia.

materiałów możliwych do oddzielenia i przetworzenia w obecnie istniejących instalacjach.

Istnieją liczne czynniki, które decydują o tym, że produkt może być bardziej przyjazny środowisku. Już zmniejszenie pustej przestrzeni czy unikanie opakowania wielostopniowego i wielomateriałowego sprawi, że będzie ono bardziej zrównoważone. Innowacje opakowaniowe powinny kłaść nacisk na minimalizację zużytych surowców, wykorzystanie materiałów alternatywnych, np. biodegradowalnych lub możliwych do poddania recyklingowi, a także użycie materiałów pochodzących z recyklingu. Wszystko to oczywiście przy jednoczesnej realizacji wymagań dotyczących bezpieczeństwa, jakości i ochrony produktu oraz oczekiwań konsumentów odnośnie funkcjonalności opakowań. Ważnym elementem zapewnienia zrównoważonego podejścia do opakowań jest także edukacja konsumentów np. poprzez odpowiednie oznakowanie i instrukcje postępowania z odpadami. Niezbędne są działania na rzecz zwiększania świadomości ekologicznej konsumentów. Wpływ opakowań na środowisko jest zależny w dużej mierze od prawidłowego ich zagospodarowania po etapie użycia produktów kosmetycznych. Edukacja ekologiczna jest także potrzebna dla kształtowania świadomych wyborów i postaw konsumentów odnośnie stosowania produktów kosmetycznych, w tym opakowań.

Więcej informacji na temat zwiększania stopnia odzysku opakowań perfum i produktów kosmetycznych znajduje się w przewodniku Stanpa (Spanish Cosmetics, Toiletry and Perfumery Association) i Ecoembes (hiszpańska organizacja odzysku). Polskie tłumaczenie dokumentu dostępne jest dla członków Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego i przygotowane zostało we współpracy z REKOPOL Organizacja Odzysku Opakowań S.A.

Szereg inspiracji producenci kosmetyków znajdują w dalszych rozdziałach Raportu.



Konsument. Odpowiedzialny wybór i segregacja

Znalezienie równowagi między oczekiwaniami konsumentów w odniesieniu do designu i funkcjonalności opakowania a ich wpływem na śro-

dowisko jest niezwykle trudnym zadaniem. Postawy konsumentów mają i będą miały ogromny wpływ na działania podejmowane przez branżę, także w obszarze opakowań, a są one różne. Część konsumentów wybiera rozwiązania zrównoważone, ekologiczne. Inni preferują walory użytkowe (np. łatwość dozowania) czy estetyczny wygląd.

Wyzwaniem przemysłu kosmetycznego jest zapewnienie, aby wymogi dotyczące bezpieczeństwa opakowania dla zdrowia oraz dla środowiska spotkały się w tym samym opakowaniu. Zastosowanie zmian konstrukcyjnych, np. w formie giętkich opakowań lub z zawartością recyklatów, może potencjalnie spotkać się z negatywnym odbiorem użytkowników, kojarząc się z niską jakością.

Stąd tak ważne są działania na rzecz zwiększania świadomości konsumentów na temat wpływu opakowania na środowisko, w tym wyboru opakowania i postępowania z nim po zużyciu produktu.

Dotychczas w Polsce nie przeprowadzono dogłębnych badań opinii publicznej w zakresie opakowań z tworzyw sztucznych i preferencji odnośnie ekologiczności opakowań. Pomocne w tym aspekcie mogą być badania przeprowadzone przez Eurobarometer²⁵, które potwierdzają coraz większe zainteresowanie konsumentów kwestiami środowiskowymi w odniesieniu do wyrobów plastikowych. Aż 94% respondentów uważa, że opakowania powinny być zaprojektowane w taki sposób, by łatwo można je było poddać recyklingowi. Tyle samo osób sądzi, że przemysł powinien starać się zmniejszyć ilość opakowań z tworzyw sztucznych wprowadzanych na rynek. Inne badania, przeprowadzone w 2017 roku na grupie 3,3 tys. konsumentów z 16 metropolii, pokazują, że 72% konsumentów jest w stanie zapłacić więcej za produkt jeśli jego opakowanie jest bardziej zrównoważone²⁶. Potwierdza to badanie Nielsen obejmujące aż 30 tys. konsumentów z 60 krajów. Zgodnie z jego wynikami 52% respondentów twierdzi, że ekologiczne opakowanie jest jednym z czynników wpływających na ich decyzje zakupowe²⁷. Ponad połowa z nich to millenials, których wpływ na sprzedaż w kolejnych latach będzie istotnie rósł. Również w Polsce trendy ekologiczne zyskują coraz liczniejszą grupę zwolenników.

25 Special Eurobarometer 468, Attitudes of European citizens towards the environment, 2017

26 BillerudKorsnäs Consumer Panel 2017

27 Nielsen Global Survey on Corporate Social Responsibility, 2014

Kosmetyk 4.0 i jego opakowanie. Oczami konsumenta

Jedną z cech odróżniających gospodarkę 4.0 od poprzedzających ją generacji jest kształtowanie inteligentnych łańcuchów wytwarzania, łączących dostawców, producentów i odbiorców z konsumentami. Wobec urzeczywistniającej się wizji gospodarki przyszłości, a nade wszystko wobec transformacji klienta w konsumenta 4.0, przemysł kosmetyczny jest bez wyjścia – pojawienie się kosmetyku 4.0 to konieczność.

W XXI wieku konsument nie idzie jednak na kompromisy. Kosmetyk 4.0 ma spełniać wszystkie dotychczasowe wymagania odbiorców kosmetyków, być bliski pod względem składu, działania, przekonań i upodobań oraz bezpieczny zarówno dla człowieka, jak i natury. Wszystkie dotychczasowe elementy produktu i opakowania, które były dla klientów istotne, nadal takie pozostają. Na wysokim miejscu w kategorii ważności pojawia się jednak aspekt ekologiczności opakowania. Statystyczny Polak jest gotowy na przyjazne dla środowiska opakowanie – i, jak przewidują eksperci, najpewniej z biegiem czasu ten element w procesie zakupowym będzie odgrywał coraz ważniejszą rolę. Co ważne, z pozostałych funkcji produktów i opakowań klienci wcale nie chcą rezygnować. Opakowanie nie może być mniej estetyczne, cena – wyższa, działanie i skład – znacząco inne. Skąd to wiemy?

Z opinii użytkowników kosmetyków, uzyskanych w badaniu przeprowadzonym za pośrednictwem TestMeToo – platformy kształtującej opinie konsumentów, wpływającej na produkty i producentów w Polsce, przyznającej Konsumentencki Znak Jakości. W dniach 8-14 sierpnia 2019 roku zapytaliśmy 2504 osoby, jakie elementy kosmetyku, jego opakowania i regulacji z nimi związanych są dla nich ważne.

Wyniki wskazują, że polski konsument przejawia zdroworozsądkowe, realistyczne podejście do plastiku. A jest ono w kontrze do populistycznych haseł głoszących łatwą możliwość zerwania z tym tworzywem. Prawie ¾ respondentów zgadza się z twierdzeniem, że nie da się go całkiem wycofać, a należy przetwarzać i ponownie wykorzystywać. Ponad połowa uważa, że plastik nie byłby dużym problemem, gdyby istniał w Polsce

sprawny system segregacji śmieci i recyklingu. Tylko co piąty ankietowany zupełnie zakazałby stosowania plastiku. Jest to świetny punkt wyjścia do włączenia konsumenta w proces tworzenia gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ). Cieszy też fakt, że co dziesiąty respondent dostrzega zalety tworzyw sztucznych, zapewniających wygodę i higienę opakowanym w nie produktom.

Pytani o kryteria, którymi kierują się przy zakupie kosmetyków, jako bardzo ważne respondenci wskazywali w pierwszej kolejności skuteczność działania i odpowiedni dobór produktów oraz skład. Ale tuż za nimi drugą najważniejszą grupę cech utworzyły ekologiczne aspekty kosmetyku i jego przyjazność dla środowiska. Co zaskakujące, znalazły się one w tym zestawieniu przed ceną! Jak wiemy, Polacy są wyjątkowo wrażliwymi na cenę konsumentami. Podczas zakupów starają się działać w myśl zasady value for money (w zależności od aktualnych ofert marek, które znają, wybierają markę z danej kategorii, posiadającą w danym momencie najlepszy stosunek jakości do ceny). Mówiąc o jakości value mamy na uwadze zarówno walory jakościowe konkretnego

Ostatnio wiele się mówi o plastiku w środowisku, Zaznacz z którymi zdaniami się zgadzasz?

Plastik jest wszędzie i nie da się go całkiem wycofać, trzeba go jednak recyklować i ponownie wykorzystywać	74%
Najgorsze w plastiku jest to, że zanieczyszcza morza i oceany	70%
Gdyby był sprawny system segregacji śmieci i recyklingu – plastik nie byłby dużym problemem	53%
Plastik jest szkodliwy – najczęściej zawiera szereg szkodliwych dodatków, jak ftalany i BPA	41%
Problemem nie jest plastik tylko to, że trafia jako odpad do środowiska	40%
Plastik jest zły i należy go całkiem zakazać	22%
Europa chce wycofać plastik, a przecież to Azja produkuje najwięcej śmieci plastikowych, które trafiają do środowiska	16%
Plastik jest wygodny i zapewnia higienę	11%

Na ile ważne są dla Ciebie następujące kryteria, gdy kupujesz kosmetyk?

Skuteczność kosmetyku	Bardzo ważne 91%
Kosmetyk odpowiedni do mojej cery/skóry/włosów	Bardzo ważne 86%
Skład kosmetyku	Bardzo ważne 75%
Naturalność/ekologiczność kosmetyku	Bardzo ważne 69%
Opakowanie przyjazne dla środowiska	Bardzo ważne 61%
Cena	Bardzo ważne 42%
Znajomość kosmetyku	Bardzo ważne 35%
Producent	Bardzo ważne 32%
Wygląd opakowania	Bardzo ważne 20%

kosmetyku, jak również jego ilość i estetykę opakowania. Możemy zatem prawie na pewno stwierdzić, że „wygląd opakowania” czy „znajomość kosmetyku” w rzeczywistym procesie zakupowym wciąż odgrywają znacząco ważniejszą rolę.

Użytkownicy kosmetyków zostali też zapytani o najważniejsze dla nich cechy opakowań produktów. Konsekwentnie w pierwszej kolejności wskazali na informacje o właściwościach i składzie kosmetyku. Podobnie jak wyżej, drugą grupę najliczniejszych odpowiedzi stanowiły te wskazujące na przyjazność środowisku: ekologiczność, biodegradowalność i możliwość ponownego użytku opakowania. Bardzo wysoko uplasowało się też bezpieczeństwo opakowanego kosmetyku. Potwierdzenie tych deklaracji znajdujemy też w odpowiedziach na pytanie Czy kupując kosmetyki zwracasz uwagę na to, czy opakowanie jest przyjazne dla środowiska? Zaledwie 2% respondentów zadeklarowało, że nie robi tego nigdy, a 6% przyznało, że czyni to rzadko. Ponownie najrzadziej wskazywano na estetykę opakowań, choć jest wiedzą powszechną, że to ich rola przy sprzedaży produktu jest nie do przecenienia.

W ostatniej grupie pytań sprawdzaliśmy, jak zdaniem Polaków powinna rozkładać się odpowiedzialność za to, co dzieje się z opakowaniami plastikowymi wprowadzanymi do obiegu i co realnie można robić już dziś. Wśród grup, które powinny w największym stopniu uczestniczyć w tym procesie, najczęściej wskazywano na producentów opakowań i towarów, samych konsumentów i przedstawicieli administracji rządowej. Na uwagę zasługuje fakt, że Polacy deklarują gotowość w partycypowaniu w kosztach zarządzania plastikiem. 43% ankietowanych wskazało, że wyższe opłaty i kary powinny płacić osoby niesegregujące śmieci, a 44% osób zgadza się ze stwierdzeniem, że na system recyklingu powinni łożyć także ci, którzy kupują i używają produktów w opakowaniach plastikowych.

Polacy – podobnie jak Europejczycy – zgadzają się też z najważniejszymi kierunkami działań, wskazanymi w Strategii Plastikowej. W ankiecie zadaliśmy pytanie analogiczne do jednego

pytania zawartego w badaniu przeprowadzonym w 2017 roku przez Eurobarometer. Nasi respondenci widzą zarówno konieczność wdrożenia odpowiednich regulacji na szczeblu rządowym i samorządowym, jak i nowego sposobu myślenia o opakowaniach przez producentów. Nie uchylają się jednak od swoich zadań – chcą poszerzać wiedzę nt. recyklingu i są skłonni zapłacić więcej za produkty w opakowaniach trudnych do recyklingu (blisko połowa ankietowanych!).

Wyniki ankiety przeprowadzonej na zlecenie Związku przez TestMeToo dowodzą, że głos konsumentów będzie brzmiał coraz głośniej w dyskursie dotyczącym produkcji opakowań kosmetyków w Polsce. Potwierdziłmy, że konsument nad Wisłą oczekuje wprowadzenia realnych zmian już dziś, zanim w Europie pojawią się niezbędne regulacje prawne.

Na ile ważne są dla Ciebie poniższe cechy opakowania kosmetyku?

Zawiera informacje o właściwościach/składzie kosmetyku	Bardzo ważne 78%
Jest ekologiczne/biodegradowalne	Bardzo ważne 68%
Zapewnia, że kosmetyk jest zabezpieczony i szybko nie wyschnie/wywietrzeje itp.	Bardzo ważne 66%
Jest wielokrotnego użytku	Bardzo ważne 65%
Jest eleganckie, komunikuje wysoką jakość produktu	Bardzo ważne 24%
Jest estetyczne, ma ładną szatę graficzną	Bardzo ważne 23%

Czy kupując kosmetyki zwracasz uwagę na to, czy opakowanie jest przyjazne dla środowiska?

Tak, często	38%
Tak, zawsze	31%
Czasami	21%
Rzadko	6%
Nigdy	2%

Jak istotne jest według Ciebie każde z poniższych działań dla zmniejszenia ilości odpadów plastikowych i zaśmiecania?

Lokalne władze powinny zadbać o dostępność udogodnień (możliwości) dla zbiórki plastiku, aby odzyskiwać lepiej i więcej	Bardzo ważne 83%
Produkty powinny być projektowane tak, aby ułatwiać recykling plastiku.	Bardzo ważne 81%
Ludzie powinni być edukowani jak zmniejszać ilość odpadów plastikowych	Bardzo ważne 81%
Przemysł i sprzedawcy powinni podejmować wysiłki, aby opakowań plastikowych było mniej	Bardzo ważne 79%
Konsumenci powinni płacić więcej za produkty w opakowaniach trudnych do recyklingu	Bardzo ważne 49%

Rola konsumenta jest kluczowa w cyklu życia produktu kosmetycznego i jego opakowania. To konsument decyduje o wyborze i dalszym losie opakowania – a więc w dużym stopniu o jego faktycznym wpływie na środowisko. Bez odpowiedniego poziomu wiedzy i zakorzenionych postaw na tym etapie łańcucha wartości, działania podejmowane na innych ogniwach mogą być bezsensowne. W ślad za regulacjami, potrzebna jest edukacja i popularyzacja praktyk korzystania z tworzyw skierowana do konsumentów. Muszą oni posiadać wiedzę w zakresie odpowiedniego postępowania z poszczególnymi rodzajami opakowań, w tym w szczególności tymi określanymi mianem zrównoważonych. Dodatkowo konsumenci powinni być przygotowani na to, że zrównoważone opakowania mogą być czasem mniej wygodne, czasem mniej estetyczne, a w niektórych przypadkach zawyżać cenę produktu. Jedynie długofalowa i jasna w przekazach edukacja konsumentów, prowadzona przez pozostałych uczestników łańcucha wartości – zarówno przez producentów, recyklerów i organizacje odzysku jak i regulatora może przynieść oczekiwane rezultaty.



Recykler, organizacja odzysku. Efektywne sortowanie i recykling. Edukacja

Ponieważ szczegółowa wiedza na temat faktycznych możliwości recyklingu określonych rodzajów tworzyw i opakowań w Polsce nie jest w przemyśle kosmetycznym powszechna, potrzebny jest aktywny dialog z recyklerami i organizacjami odzysku, które ją posiadają. Są to podmioty bezpośrednio realizujące zadania z zakresu gospodarki odpadami. Informacja zwrotna z ich strony na pewno ułatwi producentom kosmetyków realizację celów Strategii Plastikowej.

Pomimo obecnych i planowanych zabiegów w celu poprawy projektowania opakowań oraz minimalizacji ilości odpadów tworzywowych można oczekiwać, że pozostanie pewna część, którą trudno będzie przetworzyć. W przypadku tych opakowań konieczne może być opracowanie specyficznych technologii sortowania i przetwarzania, np. bazując na rozwiązaniach stosowanych w innych krajach. Wdrożenie praktycznego systemu recyklingu i ponownego wykorzystania tworzyw sztucznych jest kluczowe dla ograniczenia konsumpcji surowców kopalnych na potrzeby produkcji tych materiałów. Upowszechnienie recyklingu nie jest jednak wystarczające dla uzyskania

Obecnie jedynie 27% firm z branży kosmetycznej edukuje konsumentów w zakresie odpowiedniego postępowania z odpadami.

odpowiedniego poziomu redukcji zapotrzebowania na ropę naftową i gaz. Rozwiązaniem może być wytwarzanie tworzyw z surowców odnawialnych. Wykorzystanie alternatywnych surowców wymaga opracowania i wdrożenia innowacyjnych metod ze szczególnym uwzględnieniem potencjału ich dalszego recyklingu w obecnym i przyszłym systemie. Niedoskonałość obecnych materiałów, jak i technologii zbiórki, sortowania i przetwarzania powoduje, że recyklaty powstające z tworzyw służą często do produkcji materiałów niższej jakości, które czasem wręcz nie są już poddawane dalszemu recyklingowi. Kluczowa w tym aspekcie jest silna współpraca producentów opakowań oraz produktów konsumenckich z recyklerami.

Implementację nowego podejścia do problematyki tworzyw mają wspierać działania zmierzające do osiągnięcia celów dotyczących recyklingu odpadów ustalone przez Komisję Europejską. Stanowią one duże wyzwanie, szczególnie dla polskiej gospodarki.



Producent opakowań. Zrównoważone i alternatywne opakowania

Rynek opakowań przyszłości będzie kształtowany przez producentów opakowań i ich ofertę zrównoważonych rozwiązań z tworzyw sztucznych. Producenci opakowań odegrają ważną rolę w realizacji celów Strategii Plastikowej przez przemysł kosmetyczny. Prawie wszystkie cele można bowiem zmieścić w pojedynczym opakowaniu produktu kosmetycznego: przydatność do recyklingu lub ponownego użycia, zmniejszenie użycia tworzyw sztucznych, wykorzystanie recyklatów. Nie wolno jednak zapomnieć o jednoczesnym utrzymaniu surowych wymogów dotyczących bezpieczeństwa opakowań.



Zrównoważone opakowania z tworzyw sztucznych: jak zacząć?

Wdrażanie rozwiązań z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym może wydawać się dużym wyzwaniem. Jednak przegląd rynku przedstawiony na kolejnych stronach wskazuje, że nie musi tak być. Firmy kosmetyczne już teraz udowadniają, że zrównoważone rozwiązania są nie tylko wyzwaniem, ale również źródłem innowacyjności i narzędziem dialogu z konsumentem w zmieniającym się świecie. Warunkiem innowacyjności – także w obszarze zrównoważonego zarządzania tworzywami sztucznymi – jest dogłębne zrozumienie potrzeb konsumentów i celów organizacji, a także możliwych sposobów ich realizacji na lokalnym rynku.

Wobec tego – jak firma może zacząć przygodę ze zrównoważonymi opakowaniami z tworzyw sztucznych? Oczywiście potencjalnie proste zmiany w zakresie gospodarki tworzywami sztucznymi wiążą się z szeregiem wielopłaszczyznowych działań, które podejmują lub będą podejmować producenci. Wiele z nich tworzy zarówno szanse, jak i wyzwania dla branży, wyrażane przez wielu reprezentantów branży, co przedstawiono w tabeli poniżej.

Głównym obszarem zastosowania tworzyw sztucznych w przemyśle kosmetycznym są opakowania. Wśród nich, największy wpływ na środowisko mają opakowania jednostkowe, które trafiają do konsumenta. Dlatego jednym z kluczowych obszarów działania firm przemysłu kosmetycznego w kierunku zrównoważonego wykorzystania tworzyw sztucznych jest ekoprojektowanie opakowań. Ekoprojektowanie to taki sposób projektowania, który minimalizuje negatywny wpływ na środowisko. Powinno ono zatem zmierzać do

tego, aby zapewnić odzysk materiałowy opakowań jednostkowych po kosmetykach. Dobrze zaprojektowane opakowanie da się wykorzystać ponownie w obiegu zamkniętym lub przerobić na inny produkt.

Działania powinny być planowane z uwzględnieniem lokalnych systemów selektywnej zbiórki i recyklingu odpadów. Dlatego warto działać w porozumieniu z różnymi uczestnikami łańcucha dostaw. Szczególnie istotni mogą być – lokalna organizacja odzysku, z którą firma podpisała umowę na realizację obowiązków oraz recykerzy, którzy mają wiedzę, jakie opakowania nadają się, a jakie nie – do recyklingu. Coraz więcej firm na rynku specjalizuje się także w doradztwie w zakresie ekoprojektowania opakowań – to wynik rosnącej świadomości wyzwań wynikających ze Strategii Plastikowej wśród przedsiębiorców.

Zapytaliśmy kilku Członków Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego, jak zaczęła się ich przygoda z ekoprojektowaniem i zrównoważonymi opakowaniami z tworzyw sztucznych. Niektóre z tych firm wdrożyły takie rozwiązania już wiele lat temu, na długo przed ogłoszeniem Strategii Plastikowej, gdy odpady plastikowe nie były jeszcze problemem globalnym. W poniższych tutorialach opisano kilka przykładów dobrych praktyk, z których można skorzystać, lub zainspirować się i poszukać własnych rozwiązań.

Więcej przykładów znajdą Państwo w Księdze Dobrych Praktyk przemysłu kosmetycznego, która już niebawem zostanie udostępniona pod adresem www.kosmetyczni.pl/pl/ksiega-dobrych-praktyk.html.

Jak to robi YOPE?

Pomysł na YOPE wiąże się z myśleniem o bezpiecznych dla ludzi i środowiska, naturalnych kosmetykach i ekologicznych środkach czystości. Już na początku działalności, do naszych pierwszych produktów – mydeł łazienkowych – **wprowadziliśmy opcję opakowań uzupełniających, tzw. refill**. Z kolei wszystkie nasze środki czystości mają certyfikat Ecolabel, który świadczy o ich możliwie najmniejszym wpływie na środowisko. W tej chwili stosujemy butelki z R-PET, opakowania z bio-PET, etykiety z bio-PE i coraz szerzej dostępne opcje uzupełniania – również do szklanych butelek. Aktywnie pracujemy nad kolejnymi ekologicznymi i przyjaznymi środowisku rozwiązaniami. Są one obecne na światowych rynkach, ale w Polsce czasem ciężko jest znaleźć partnerów do takich niestandardowych działań.

Karolina Kuklińska-Kosowicz, YOPE Sp. z o.o.

Jak to robi PHENOMÉ?

W filozofii eko, w której zakorzeniona jest marka naturalnych i organicznych kosmetyków Phenomé, przyjęliśmy założenie „maksymalnie pozytywny efekt dla skóry, minimalny wpływ na środowisko naturalne”. Jeśli chodzi o opakowania, rozumowanie powyższe przekłada się na dwa bardzo konkretne wskaźniki:

1. **Ilościowy:** współczynnik ilości surowców zużytych na opakowanie w stosunku do pojemności samego produktu kosmetycznego ma być jak najniższy.
2. **Jakościowy:** ekologiczność (neutralność, stopień przetwarzalności) surowców zużytych na opakowania.

Opakowania Phenomé są tak małe, jak tylko się dało. Nie zawierają dodatkowych powiększających opakowanie wkładek, podwójnego dna, elementów ozdobnych. Wskaźnik jakościowy przełożył się na stosowanie opakowań szklanych, opakowań z tworzyw sztucznych (np. butelki PET), które w 100% wykonane są z PCR (Post Consumer Recycling) – tworzywa wtórnego z recyklingu post konsumenckiego. W opakowaniach zewnętrznych stosujemy kartoniki wykonane w 80% z makulatury.

Aleksander Drzewiecki, Phenomé, Natural Element Sp. z o.o.

Jak to robi ZIAJA?

W Ziaja od zawsze kierujemy się zasadą „mniej znaczy więcej”, kreując harmonijny wizerunek i dbając o minimalistyczne rozwiązania. **Eliminujemy dodatkowe opakowania** – do dziś nasi klienci otrzymują wiele kremów, w tym oliwkowy, bez kartonika. Przyczyniamy się do ograniczenia wpływu odpadów na środowisko poprzez minimalizację wagi opakowania, zmniejszenie liczby opakowań wielomateriałowych i stosując pojemności sprzyjające dłuższemu okresowi użytkowania kosmetyku.

Bartosz Ziaja, Ziaja Ltd. Zakład Produkcji Leków Sp. z o.o.

Jak to robi L'ORÉAL?

Od wielu lat zrównoważony rozwój stanowi integralną część sposobu w jaki prowadzimy biznes. Już w 1995 roku Grupa L'Oréal utworzyła laboratorium ds. badań środowiskowych, a w 2013 **L'Oréal uznał zrównoważony rozwój za jeden z kluczowych filarów strategii biznesowej Grupy**, wprowadzając program Dzielenia się Pięknem ze Wszystkimi (Sharing Beauty with All). Od tego czasu konsekwentnie dążymy do osiągnięcia ambitnych celów wyznaczonych do 2020 roku, w ramach naszych zobowiązań zrównoważonego rozwoju i monitorujemy postępy na najwyższym szczeblu zarządczym. Aby zrealizować tę strategię i podtrzymać nasze pragnienie ciągłego doskonalenia, wyznaczyliśmy sobie jeszcze ambitniejsze cele na nadchodzące lata. Osobiście jest dla mnie bardzo ważne, że do 2025 roku zobowiązaliśmy się, że 100% naszych opakowań będzie nadawać się do ponownego użycia, wielokrotnego napełniania, recyklingu lub kompostowania.

Niels Juhl, L'Oréal Polska i Kraje Bałtyckie

Jak to robi CLOCHEE?

Od początku stawiamy na ekologiczne rozwiązania w każdym aspekcie produkcji kosmetyków. Oprócz naturalnych składników, także w opakowaniach. Postanowiliśmy mniejsze kremy [15-50 ml] pakować w szklane butelki. Natomiast większe produkty [od 100 ml], które jednocześnie nie powinny być zbyt ciężkie w transporcie, w ekologiczny plastik. Stąd pomysł na butelki z recyklingu [stosujemy materiał 100 % PCR – Post Consumer Recycled], nadające się do ponownego przetworzenia oraz słoiki z domieszką d2w, czyli z substancją oksybiodegradowalną, których atutem jest szybsza degradacja [kilkanaście lat] w kompostowych warunkach.

Znieśliśmy także podwójne opakowania produktów – nie stosujemy kartoników, ani folii do pakowania. Klient kupując kosmetyki Clochee dostaje je bezpośrednio w szklanych opakowaniach. Aby ekologiczne rozwiązania wdrożyć w całym cyklu produkcyjno-logistycznym, wybraliśmy wypełniacze do kartonów ze skrobi kukurydzianej, odrzucając wszelkie folie bąbelkowe i inne sztuczne tworzywa. Zaczęliśmy od siebie, ale edukujemy także naszych klientów. Powołaliśmy akcję Little Steps Count [#littlestepscount], która ma uświadamiać, że każdy nawet najmniejszy krok i gest w stronę bycia ekologicznym ma duże znaczenie dla naszej planety i środowiska.

Daria Prochenka, CLOCHEE Sp. z o.o.

Jak to robi NATURATIV?

Od początku mojej przygody z produkcją kosmetyków (od roku 2007) drążyłam sprawę „lepszego” i „gorszego” plastiku. Wówczas wielu źródeł informacji nie było, ale bardzo pomocna w zrozumieniu plastiku i przydatności do recyklingu była brytyjska firma MH Plastics. Ponieważ zaczynaliśmy od dużych objętościowo produktów – kosmetyków do ciała w sporych pojemnościach, szkło nie wchodziło w rachubę. Wybór padł na HDPE – opakowania, które w 100% nadają się do recyklingu, HDPE może być przetwarzane do 10 razy, a systemy zbiórki są sprawne. Teraz niemal w 100% pakujemy nasze kosmetyki w opakowania z HDPE lub szkła.

Magda Hajduk, NATURATIV Sp. z o.o.

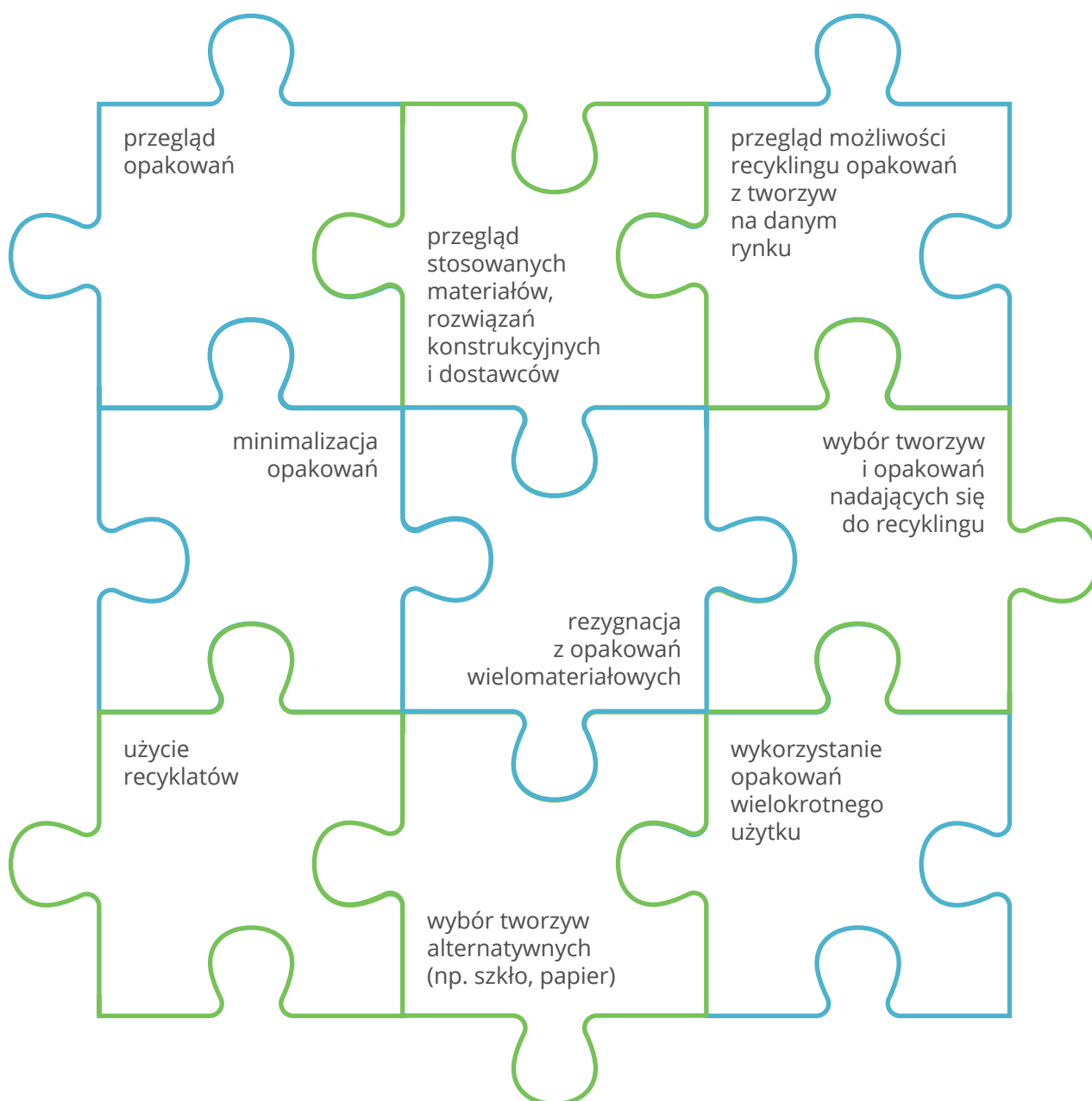
Jak to robi INGLOT?

Od początku istnienia marki staramy się wybierać rozwiązania przyjazne środowisku, a pierwszym krokiem w stronę eko stał się pionierski Freedom System. Zaproponowaliśmy naszym klientom możliwość doboru ulubionych kosmetyków w wybranej przez nich konfiguracji, w kasetkach wielokrotnego użytku. Pozwala to na niezależność w tworzeniu spersonalizowanego produktu oraz zminimalizowanie zużycia plastiku. Idąc za ciosem, stworzyliśmy edycję limitowaną, produkt z serii Freedom System, przekazując część dochodu ze sprzedaży na rzecz organizacji Project AWARE, wspierającej ochronę oceanów.

Grzegorz Inglot, INGLOT Sp. z o.o.

Ekoprojektowanie opakowań z tworzyw sztucznych – jak zacząć?

MOŻLIWE DZIAŁANIA



Ograniczanie wykorzystania tworzyw sztucznych w opakowaniach (eliminacja zbędnego opakowania, redukcja wagi opakowania etc.)

SZANSE

- + Zmniejszenie stopnia wykorzystania zasobów naturalnych
- + Pozytywny odbiór świadomych konsumentów

WYZWANIA

- ! Opracowanie opakowania o porównywalnych właściwościach użytkowych dla konsumenta (np. wyższy stopień giętkości = mniej wygodne użycie produktu)
- ! Opracowanie rozwiązań akceptowalnych dla konsumentów

Rezygnacja z opakowań wielomateriałowych

SZANSE

- + Zwiększenie poziomu recyklingu odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych
- + Pozytywny odbiór świadomych konsumentów
- + Większa innowacyjność w zakresie opakowań

WYZWANIA

- ! Opracowanie rozwiązań akceptowalnych dla konsumentów
- ! Zachowanie innowacyjności w zakresie opakowań
- ! Zapewnienie podobnych / akceptowalnych właściwości i bezpieczeństwa produktu

Wybór opakowań tylko z recyklinowalnych tworzyw sztucznych

SZANSE

- + Zwiększenie poziomu recyklingu opakowań, zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych
- + Zmniejszenie stopnia zanieczyszczenia środowiska odpadami opakowaniowymi z tworzyw sztucznych
- + Większa innowacyjność w zakresie opakowań

WYZWANIA

- ! Zachowanie innowacyjności w zakresie opakowań
- ! Zachowanie podobnych – akceptowalnych właściwości funkcjonalnych/użytkowych

Wybór opakowań wykonanych z recyklatów / z udziałem recyklatów

SZANSE

- + Zmniejszenie stopnia wykorzystania zasobów naturalnych
- + Potencjalna redukcja emisji gazów cieplarnianych

WYZWANIA

- ! Zachowanie bezpieczeństwa produktu i opakowania
- ! Zachowanie wysokiej jakości opakowania
- ! Zapewnienie możliwości oceny bezpieczeństwa i jakości opakowania (np. ocena zanieczyszczeń)

Zamiana tworzyw sztucznych na inne materiały (szkło, metal, papier etc.)

SZANSE

- + Pozytywny odbiór świadomych konsumentów
- + Zmniejszenie stopnia zanieczyszczenia środowiska odpadami opakowaniowymi z tworzyw sztucznych

WYZWANIA

- ! Opracowanie rozwiązań akceptowanych przez konsumentów (zwiększenie ciężaru opakowania w przypadku wyboru opakowań szklanych, zachowanie atrakcyjności opakowań z tworzyw)
- ! Opracowanie rozwiązań o tym samym, wysokim poziomie bezpieczeństwa użytkowania produktów
- ! Zachowanie akceptowalnej ceny opakowań
- ! Zapewnienie, że nie nastąpi negatywny wpływ zmiany na środowisko (np. koszty recyklingu i transportu szkła)

Wprowadzanie opakowań wielokrotnego użycia (np. refill)

SZANSE

- + Zmniejszenie stopnia wykorzystania zasobów naturalnych
- + Zmniejszenie stopnia zanieczyszczenia środowiska odpadami opakowaniowymi z tworzyw sztucznych
- + Generowanie mniejszej ilości odpadów opakowaniowych
- + Pozytywny odbiór świadomych konsumentów

WYZWANIA

- ! Zachowanie wygody użytkowania dla konsumentów
- ! Zachowanie bezpieczeństwa produktu, szczególnie mikrobiologicznego
- ! Znalezienie zamienników dla wszystkich kategorii produktów

Głównym celem Strategii Plastikowej jest zamknięcie obiegu tworzyw sztucznych w gospodarce, w tym coraz bardziej efektywny recykling. To jednak nie jedyny obszar działań w kierunku bardziej zrównoważonych tworzyw i opakowań. Kolejnym, ważnym aspektem jest wykorzystanie alternatywnych materiałów – w tym szkła i biotworzyw.

Mimo niewielkiej wciąż skali ich zastosowań są traktowane jako materiały perspektywiczne. Coraz większa liczba firm wprowadza je do swojego portfolio, a wiele instytucji naukowych prowadzi prace badawcze w zakresie poprawy ich właściwości. Biotworzywa to zróżnicowana grupa materiałów o różnym pochodzeniu i właściwościach. Ich wykorzystanie rodzi jednak wiele kontrowersji, w tym odnośnie ich wpływu na środowisko. Ważne, aby było zrównoważone i odpowiedzialne – uwzględniło lokalne uwarunkowania, jak dostępność materiałów odnawialnych w danym miejscu, możliwości recyklingu i kompostowania itd.

Biotworzywa, które wykorzystywane są w przemyśle kosmetycznym to najczęściej „zwykłe” polimery, jak bio-PET, ale otrzymywane ze źródeł odnawialnych. Użycie innych biotworzyw – na przykład biodegradowalnych i kompostowalnych jest na obecnym etapie rozwoju technologicznego niemożliwe ze względu na długie terminy magazynowania i przydatności produktów kosmetycznych. W przypadku pakowania żywności stosowanie takich materiałów jest znacznie łatwiejsze – terminy przechowywania są krótsze i opakowanie wytrzyma kontakt z masą, szczególnie wodą zawartą w produkcie.

BIOTWORZYWA

Biotworzywa to zróżnicowana grupa materiałów o różnym pochodzeniu, właściwościach i możliwości unieszkodliwiania po użyciu. Biotworzywa mogą być otrzymywane na skalę przemysłową zarówno z surowców odnawialnych, jak i petrochemicznych. Można je podzielić na trzy grupy w zależności od źródła pochodzenia oraz zdolności do biodegradacji:

- tworzywa pochodzące z surowców odnawialnych, lecz nie ulegające biodegradacji – np. poliamid (PA), politereftalan etylu (PET),
- biotworzywa pochodzące z surowców odnawialnych (polimerów biodegradowalnych), ulegające biodegradacji – np. polilaktyd, czyli tworzywo na bazie polikwasu mlekowego (PLA), poliglikolid na bazie kwasu glikolowego (PGA) czy też modyfikowana skrobia,
- tworzywa nie pochodzące z surowców odnawialnych, lecz ulegające biodegradacji – np. poliadypinian 1,4-butyleno-co-tereftalan 1,4-butyleno (PBAT) czy polikaprolakton (PCL).

Biotworzywa budzą szereg kontrowersji. Po pierwsze, w przypadku tworzyw pochodzących z surowców odnawialnych oznaczają dla wielu środowisk niewłaściwe wykorzystywanie produktów rolnych (bezpośrednie wykorzystanie surowców spożywczych lub wykorzystanie gleby i wody, które mogłyby być użyte do produkcji żywności). Po drugie biodegradowalne materiały cechują się często niższą odpornością na czynniki takie jak wilgotność, wysoka temperatura czy uszkodzenia mechaniczne, co jest szczególnie istotne dla branży przemysłu kosmetycznego. Po trzecie, polski rynek nie jest jeszcze gotowy na biotworzywa – system selektywnej zbiórki nie jest odpowiednio przystosowany, nie ma wielu zakładów recyklingu, które chciałyby je przyjąć. Ze względu na różne pochodzenie nie przyjmują ich także kompostownie. Ponadto w tym przypadku nie zamykamy obiegu tworzywa w gospodarce, ale tracimy go z obiegu. W końcu – produkcja biotworzyw z materiałów pozyskiwanych w najdalszych zakątkach świata (np. produkcja opakowań z trzciny cukrowej w Polsce) – może mieć potencjalnie bardziej negatywny wpływ na środowisko (transport), niż użycie konwencjonalnych tworzyw.



Zrównoważone opakowania z tworzyw sztucznych: Kto może nas zainspirować?

Dobre praktyki w obszarze zrównoważonych opakowań z tworzyw sztucznych stosują zarówno zagraniczne, jak i polskie firmy. Te działania mogą być inspiracją dla przedsiębiorstw, które dopiero zaczynają swoją przygodę.

W ramach badania ankietowego przeprowadzonego na potrzeby niniejszego opracowania, zapytano firmy kosmetyczne w Polsce o podejście do wyzwań związanych z tworzywami sztucznymi. Uzyskano odpowiedzi z 49 firm (96% z nich to firmy należące do Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego), których struktura jest zbliżona do struktury całej branży kosmetycznej w Polsce²⁸. Pomimo że to dopiero początki opakowaniowej rewolucji, 90% badanych firm ma świadomość istnienia Strategii Plastikowej. Zaś 63% z nich przyznaje, że już bierze lub zaczyna brać pod uwagę wpływ opakowań na środowisko podczas ich projektowania lub zamawiania u dostawców.

Najczęściej podejmowanymi działaniami w zakresie ekoprojektowania są:

- zmniejszenie masy lub objętości opakowań,
- ograniczenie rodzajów stosowanych materiałów,
- zwiększenie przydatności opakowania do recyklingu, użycie recyklatów w materiale opakowaniowym,
- szersze wykorzystanie opakowań z surowców łatwo poddających się recyklingowi.

Inne działania, które firmy wskazały jako dobre praktyki, to np. rezygnacja z opakowań zewnętrznych, zamiana opakowań z tworzyw sztucznych na opakowania szklane, wprowadzenie biotworzyw, PET i PP do produkcji opakowań. Użycie materiałów z recyklingu może przyjmować formę zastosowania recyklatu PCR (post consumer recycled) lub nawrotu technologicznego odpadu poprodukcyjnego z tworzyw w celu redukcji odpadów przekazywanych do firm recyklingowych.

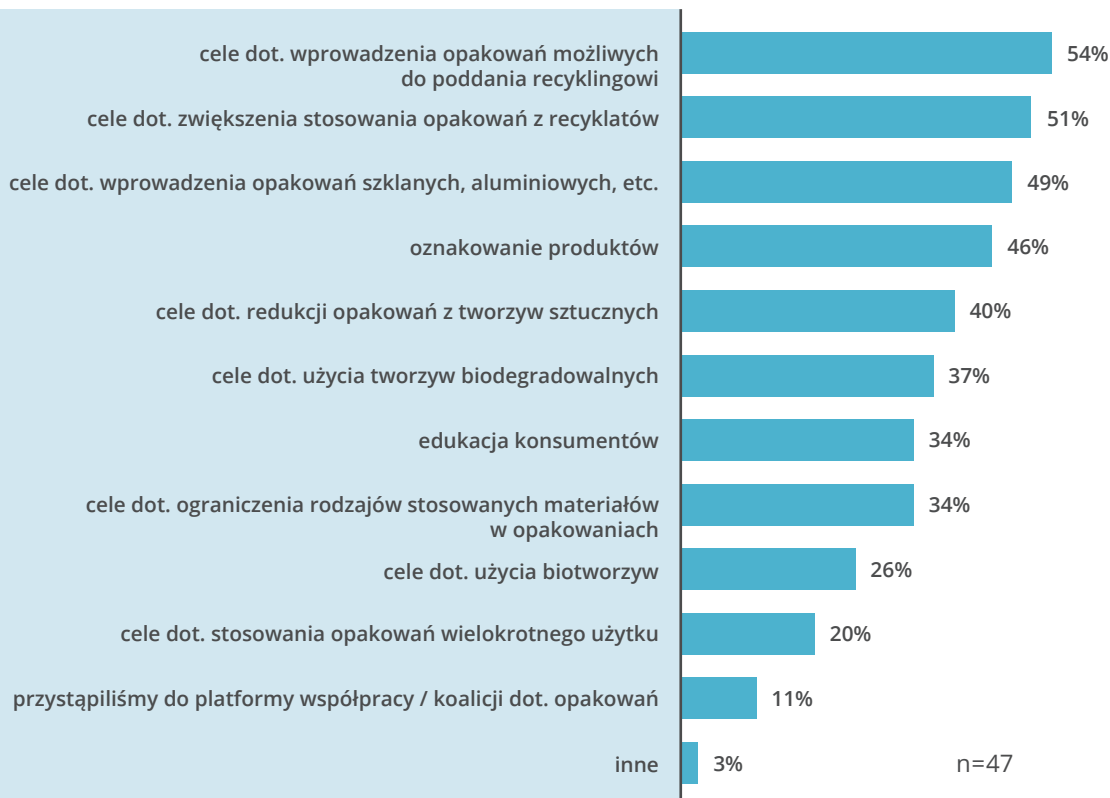
Wykres 6. Jakie rozwiązania w zakresie ekoprojektowania opakowań stosuje Państwa firma?



W ramach badania firmy zapytano również o plany działań i konkretne cele w kontekście regulacji dotyczących tworzyw sztucznych. 71% badanych

firm zadeklarowało, że firma przyjęła lub planuje w przyszłości dobrowolne zobowiązania lub samoregulacje odnośnie opakowań.

Wykres 7. Jakiego rodzaju dobrowolne zobowiązania odnośnie opakowań przyjęli Państwo lub planują Państwo podjąć?



Firmy, które przyjęły lub planują w przyszłości dobrowolne zobowiązania lub samoregulacje odnośnie opakowań, wskazały, że najczęściej są to cele dotyczące wprowadzenia opakowań przydatnych do recyklingu, stosowanie opakowań wyprodukowanych z wykorzystaniem recyklatów, wprowadzanie alternatywnych opakowań (szklanych, aluminiowych, etc.) oraz odpowiednie oznakowanie produktów/opakowań.

Poprosiliśmy kilku Członków Związku, którzy wdrożyli już szereg działań w obszarze zrównoważonych opakowań z tworzyw o rekomendacje dla tych firm, które dopiero zaczynają.

Wskazane w tej i kolejnej części przykłady działań i dobrych praktyk mogą stanowić inspiracje dla pozostałych firm przemysłu kosmetycznego, w ramach przygotowania do realizacji Strategii Plastikowej.

CLOCHEE

Zachęcamy inne firmy, nie tylko z branży beauty, aby zaniechały podwójnego pakowania produktów oraz zamieniły zwykłe plastikowe opakowania na ekologiczne. Stosowanie takich „zielonych” rozwiązań w dzisiejszych czasach jest jeszcze nieco kosztowne, ale dzięki temu zyskuje planeta. **Jeśli popyt na ekologiczne opakowania wzrośnie, zmniejszą się koszty ich produkcji, a sektor opakowań dostanie impuls do poszukiwania kolejnych, ekologicznych rozwiązań.** Rekomendujemy także zakupy u lokalnych dystrybutorów czy producentów, aby maksymalnie skrócić drogę dostawy i ślad węglowy.

Długofalowo, zmiany w kierunku ekologii mają same korzyści. Firmy, które boją się drastycznych zmian, mogą zacząć je małymi krokami. Najważniejsze, aby zauważyły problem.

Daria Prochenka, CLOCHEE Sp. z o.o.

PHENOME

Warto postawić na rozwiązanie, które służyć będzie nie tylko spełnieniu zaostrzających się norm prawnych, lecz także **połączy ideę neutralnego wpływu na środowisko (gospodarki zamkniętej) z osobowością konkretnej marki oraz wartościami, które oferuje ona konsumentom.** Zaangażowanie konsumentów w misję odpowiedzialności ekologicznej marki kosmetycznej może zwiększyć lojalność i rozpoznawalność marki. W ten sposób koszty wprowadzenia ekologicznych opakowań staną się jednocześnie inwestycją marketingową.

Aleksander Drzewiecki, Phenomé, Natural Element Sp. z o.o.

YOPE

Rynek eko-opakowań to jeden wielki eksperyment. Część producentów opakowań traktuje ekologiczne materiały jako dobry marketingowy chwyt, nie oferując konkretnych rozwiązań dla firm kosmetycznych takich jak my. **Jeśli branża kosmetyczna zacznie naciskać na producentów i szerzej korzystać z przyjaznych środowisku rozwiązań, zaczną być one bardziej dostępne, dopasowane do różnorodnych potrzeb, a tym samym i tańsze.**

Paweł Kosowicz, YOPE Sp. z o.o.



L'ORÉAL

Bazując na naszych doświadczeniach, mogę polecić innym firmom umieszczenie zrównoważonego rozwoju jako ważnej części ich strategii i zarządzanie nim na wszystkich poziomach organizacji. Następnie wspieranie dialogu z partnerami, aby wygenerować efekt skali i opracować nowe rozwiązania proekologiczne, korzystając z synergii działań i wymiany specjalistycznej wiedzy. Jeśli chodzi o tworzywa sztuczne, musimy również pamiętać o działaniach reklamowych, w tym o „eko-projektowaniu” materiałów przeznaczonych do punktów sprzedaży i ogólnie o podnoszeniu świadomości ekologicznej wśród naszych konsumentów.

Niels Juhl, L'Oréal Polska i Kraje Bałtyckie

NATURATIV

Zwracamy uwagę nie tylko na przydatność opakowania do przetworzenia (a jest to wiedza, w którą trzeba się wgłębić), ale również na nadmierne – wielowarstwowe, wielomateriałowe, za duże opakowania lub pakowanie. Szczególnie irytuje mnie pakowanie kosmetycznych produktów kupowanych przez e-commerce. Owijanie kilkoma warstwami folii samych produktów, dodatkowe owijanie końcowego pudełka w folię! My od lat wysyłamy paczki (pudełka kartonowe) zaklejone jedynie łatwo usuwalną taśmą, a w środku są tylko kosmetyki i trochę papieru. Reklamacji brak.

Magda Hajduk, NATURATIV Sp. z o.o.

INGLOT

Rozumiemy, że środowisko, w którym żyjemy ma ogromny wpływ na naszą teraźniejszość i przyszłość. Uważamy, że każde działanie na rzecz jego ochrony jest ważne i wierzymy, że nawet mały krok ma znaczenie.

Grzegorz Inglot, INGLOT Sp. z o.o.

ZIAJA

Rozwój zrównoważonych, ekologicznych opakowań jest możliwy dzięki **ściślej współpracy z producentami opakowań**. Testujemy rozwiązania zgodne z ideą bezpiecznego kosmetyku i uczymy się od siebie nawzajem. Pracujemy nad opakowaniami z surowców ze źródeł odnawialnych oraz w 100% podlegających recyklingowi. Dzięki temu firma Ziaja zmierza do realizacji celu gospodarki o obiegu zamkniętym.

Bartosz Ziaja, Ziaja Ltd Zakład Produkcji Leków sp. z o.o.



Zrównoważone opakowania z tworzyw sztucznych. Księga Dobrych Praktyk przemysłu kosmetycznego

Innowacyjne przedsiębiorstwa stanowią dziś przykład, jak transformacja w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym przynosi nie tylko korzyści dla środowiska naturalnego, lecz może również tworzyć rentowne modele biznesowe. W tej części raportu przedstawiamy przykłady firm – producentów kosmetyków oraz producentów opakowań i materiałów opakowaniowych – które z powodzeniem wprowadziły do swojej działalności rozwiązania w zakresie opakowań, charakterystyczne dla gospodarki o obiegu zamkniętym. Studia przypadków obejmują zarówno duże korporacje, jak i przedsiębiorstwa średnie, małe oraz mikro, a także prezentują wiele rodzajów innowacji w zakresie opakowań, ukazując szerokie spektrum możliwości wprowadzania rozwiązań gospodarki o obiegu zamkniętym. Poniższa Księga Dobrych Praktyk jest otwarta i będzie sukcesywnie uzupełniana, wraz z rozwojem przygotowań i doświadczeń przemysłu kosmetycznego w przygotowaniach do realizacji Strategii Plastikowej.

Rozwiązania w obszarze zrównoważonych opakowań z tworzyw sztucznych podzielić można na trzy główne kategorie: partnerstwa, innowacje procesowe/produktowe, zaangażowanie klienta.



PARTNERSTWA

Porozumienia z innymi uczestnikami rynku pozwalają firmom na synergię wzajemnych atutów i możliwości.

Partnerstwa zgodne z ideą gospodarki o obiegu zamkniętym oraz w obszarze zrównoważonych opakowań pozwalają na wymianę wiedzy i doświadczeń niedostępnych w inny sposób dla danego uczestnika rynku. Ułatwiają realizację zrównoważonych celów i promują wzorcowe praktyki w branży kosmetycznej w tym obszarze. Współpraca z innymi uczestnikami łańcucha wartości umożliwia optymalizację procesów, lepsze wykorzystanie zasobów i pozwala zmniejszać ilość oraz wpływ odpadów na środowisko. Partnerstwa pełnią rolę inkubatora dla dalszych pomysłów. Doświadczenia pokazują, że projekty w zakresie budowania partnerstw przynoszą korzyści, których indywidualnie przedsiębiorstwa nie byłyby w stanie osiągnąć.

Przykłady partnerstw do których należą organizacje z branży kosmetycznej:

Circular Plastics Alliance

Circular Plastics Alliance zrzesza podmioty publiczne i prywatne działające w szeroko rozumianym sektorze tworzyw sztucznych i ma na celu promowanie dobrowolnych działań i zobowiązań w zakresie pozyskiwania tworzyw z recyklingu. We wrześniu 2019 roku planowane jest oficjalne ogłoszenie kluczowej deklaracji stowarzyszenia, która jest odpowiedzią na wezwanie Komisji zawarte w Strategii Plastikowej. Jej głównym punktem jest zapewnienie, że w 2025 roku co najmniej 10 mln ton tworzyw sztucznych z recyklingu zostanie wykorzystane do produkcji nowych wyrobów. Deklaracja została podpisana przez najważniejsze, europejskie organizacje w całym łańcuchu wartości opakowań, w tym Stowarzyszenie Cosmetics Europe, którego członkiem jest Związek.

https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/circular-plastics-alliance_en

SPICE – The Sustainable Packaging Initiative for Cosmetics

Wspólna inicjatywa grupy L'Oréal i firmy konsultingowej Quantis w zakresie zrównoważonego rozwoju, której celem jest opracowanie rozwiązań dla zrównoważonych opakowań. Dziś SPICE zrzesza kilkanaście firm i organizacji z branży kosmetycznej, które wypracowują i publikują dane, metody i rozwiązania, aby wspierać rozwój zrównoważonych, ekologicznych opakowań.

Trzema głównymi obszarami prac tej organizacji jest:

- Opracowanie wytycznych i polityk w zakresie zrównoważonych opakowań dla branży kosmetycznej,
- Wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań w oparciu o obiektywne kryteria eco-design,
- Rozwój komunikacji z konsumentami, zapewnienie większej przejrzystości informacji w zakresie wpływu produktów na środowisko.

www.open-spice.com

New Plastics Economy

New Plastics Economy to inicjatywa Fundacji Ellen MacArthur, która ma na celu i promuje stworzenie systemu zarządzania tworzywami sztucznymi zgodnego z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym. Była to pierwsza globalna inicjatywa realizująca cele Strategii Plastikowej. Sygnatariusze mają przemyśleć i przeprojektować przyszłość tworzyw sztucznych, począwszy od opakowań.

Inicjatywa skupia ponad 400 interesariuszy. Prowadzona jest przez Fundację Ellen MacArthur we współpracy z szeroką grupą wiodących firm, miast, filantropów, rządów, naukowców, studentów, organizacji pozarządowych i obywateli.

<https://www.newplasticseconomy.org>

Bioplastic Feedstock Alliance

Program ma na celu wsparcie odpowiedzialnego stosowania surowców uzyskiwanych z odnawialnych źródeł w produkcji tworzyw sztucznych (biobased plastics). Biorą w nim udział przedstawiciele świata nauki, liderzy organizacji pozarządowych oraz partnerzy z przemysłów produktów konsumenckich (w tym przemysłu kosmetycznego). Razem mają pomóc w odpowiedzialnym doborze surowców wykorzystywanych w produkcji biotworzyw oraz zachęcić do bardziej zrównoważonego przepływu materiałów w łańcuchach dostaw.

<https://bioplasticfeedstockalliance.org>

Alliance To End Plastics Waste

Celem inicjatywy jest udział w wyeliminowaniu odpadów plastikowych ze środowiska. Organizacja ma za zadanie wypracować rozwiązania wspierające obieg zamknięty opakowań poprzez promocję ponownego użycia tworzyw, minimalizację ilości odpadów z nich powstających oraz prawidłowe ich zagospodarowanie. Działania obejmować będą następujące obszary: infrastruktura, innowacje, edukacja oraz usuwanie istniejących zanieczyszczeń z tworzyw. Członkowie inicjatywy (globalne firmy sektora tworzyw i produktów konsumenckich powiązane z branżą opakowań, w tym wybrani członkowie stowarzyszenia Cosmetics Europe) zadeklarowali wsparcie finansowe inicjatywy w wysokości 1,5 mld dolarów w ciągu 5 najbliższych lat.

www.endplasticwaste.org

Koalicja 5 Frakcji

Koalicja 5 frakcji jest inicjatywą powstałą w ramach „Kampanii 17 celów”. Koalicja 5 Frakcji przygotowała pierwszy w Polsce jednolity, przejrzysty system piktogramów na opakowania, informujący konsumenta jak postępować z odpadami. Jest on dostosowany do nowego prawa w zakresie segregacji odpadów na 5 frakcji.

Producenci opakowań i wyrobów w opakowaniach mogą umieszczać przygotowane przez Koalicję piktogramy na swoich opakowaniach, a samorządy i firmy – na pojemnikach na odpady. Wszystkie podmioty zaangażowane w recykling, odzysk opakowań i edukację ekologiczną mogą włączyć się we wspólne projekty edukacyjne Koalicji, promujące oznakowanie i właściwą segregację odpadów.

Polski Pakt na rzecz zrównoważonego wykorzystywania tworzyw sztucznych

Jedną z inicjatyw w ramach Kampanii 17 Celów. Pakt zawiązała grupa firm wprowadzających na rynek produkty w opakowaniach z tworzyw sztucznych i firmy związane z łańcuchem wartości opakowań – liderzy swoich branż, a także organizacje branżowe i pozarządowe.

Sygnatariusze Paktu mają stworzyć **Mapę Drogową** z propozycjami rozwiązań w kierunku przejścia na bardziej zrównoważone wykorzystywanie tworzyw sztucznych w Polsce, a następnie promować rozwiązania. Będą również upowszechniać przykłady dobrych praktyk firm, tak aby stały się one częścią codziennej praktyki biznesowej jak największej liczby przedsiębiorstw w Polsce.

Centrum Zrównoważonych Opakowań

Centrum Zrównoważonych Opakowań skupia wiedzę i innowacyjne rozwiązania w zakresie zrównoważonych opakowań. To trzecia inicjatywa dotycząca opakowań w ramach Kampanii 17 Celów. Kluczowym celem Centrum jest zebranie w jednym miejscu wszystkich aktualnych i zweryfikowanych informacji dotyczących zrównoważonych opakowań – od ich rodzajów i sposobów recyklingu, po kwestie dotyczące nowych regulacji prawnych na poziomie krajowym i europejskim, już obowiązujących i planowanych. Tę wiedzę eksperci będą przekładać na biznesową praktykę i konkretne wskazówki dla przemysłu. Drugim celem działalności Centrum będzie praktyczne wsparcie firm w poszukiwaniach nowych, bardziej przyjaznych środowisku opakowań.

Działaj z impETem

Kampania „Działaj z impETem!” ma na celu edukację społeczeństwa w zakresie odpowiedniego postępowania z wartościowym tworzywem, jakim są butelki PET. Projekt obejmuje różne przedsięwzięcia edukacyjne, poprzez które zwraca uwagę mieszkańców na zagadnienie prawidłowej segregacji odpadów opakowaniowych i ich recyklingu.

Kampania „Działaj z impETem!” zainicjowana jest przez wiodących producentów branży FMCG, wprowadzających na polski rynek wody i napoje w butelkach PET i jest realizowana przez Rekopol Organizację Odzysku Opakowań S.A. we współpracy m.in. z podmiotami gospodarującymi odpadami w gminach. Jest to pierwsze tego rodzaju przedsięwzięcie w Polsce.



INNOWACJE PROCESOWE / PRODUKTOWE

Ta grupa innowacji obejmuje działania i operacje, które mają bezpośrednie zastosowanie w portfolio produktów danego przedsiębiorstwa. Stają się one wyróżnikiem firmy, tworzą unikalne cechy i funkcjonalności produktów, które stają się bardziej ekologiczne, w większym stopniu zrównoważone i przekładają się na mniejszą ilość generowanych odpadów. Ekodesign poprzez upraszczanie konstrukcji, minimalizację masy opakowania i zwiększanie przydatności opakowań do recyklingu to kluczowe rozwiązania w innowacjach produktowych w zakresie opakowań. Stosowane są także rozwiązania, które wydłużają okres użytkowania produktu / opakowania czy podnoszą świadomość konsumenta. Do innowacji tego typu należą również produkty i opakowania opracowywane z uwzględnieniem wytycznych w zakresie LCA (Life Cycle Assessment) lub innych metodach oceny cyklu życia, np. Environmental-, Carbon-, i Water- Footprinting.

Zastosowanie zrównoważonych rozwiązań bezpośrednio w produktach konsumenckich w najbardziej bezpośredni sposób wspiera wdrażanie gospodarki o obiegu zamkniętym oraz jest najbardziej zrozumiałe dla odbiorców.



PRODUCENCI KOSMETYKÓW

L'ORÉAL

L'Oréal – Sharing Beauty with All/ Dzielenie się Pięknem ze Wszystkimi

Od ponad 10 lat firma L'Oréal realizuje ambitną strategię dotyczącą zrównoważonego rozwoju, w tym pracę nad wykorzystaniem tworzyw sztucznych. Badania cyklu życia produktów pod kątem ich wpływu na środowisko wykazały, że średnio 50% śladu środowiskowego produktu jest związane z jego opakowaniem.

W ramach strategii zrównoważonego rozwoju: Dzielenia się Pięknem ze Wszystkimi (Sharing Beauty with All) L'Oréal zobowiązał się do poprawy ekologicznego i społecznego profilu 100% swoich produktów do 2020 roku. W 2018 roku 79% nowych lub odnowionych produktów miało ulepszony profil społeczny lub środowiskowy. W przypadku 58% nowych lub odnowionych produktów poprawa ta wynika z opakowań o mniejszym wpływie na środowisko.

Od 2007 roku L'Oréal angażuje się w politykę optymalizacji opakowań opartą na trzech filarach:

1. Szanuj zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta oraz różnorodność biologiczną:
 - na przykład: 100% materiałów opakowaniowych, które są w bezpośrednim kontakcie z formułą, jest zgodnych z normami jakości spożywczej,
 - zero PVC: 100% PVC zostało wyeliminowane z naszych opakowań produktów.
2. Zmniejsz wagę i rozmiar opakowań lub usuń je i promuj systemy wielokrotnego ładowania lub ponownego napełniania, a także dawki wielokrotne, zastępujące pojedyncze.
3. Zastąp niektóre tworzywa mniej oddziaływającymi materiałami poprzez:
 - promowanie gospodarki o obiegu zamkniętym, wykorzystanie materiałów pochodzących z recyklingu po zużyciu (PCR) i zachęcanie konsumentów do recyklingu,
 - stosowanie materiałów odnawialnych, takich jak tworzywa sztuczne pochodzenia biologicznego.

Wszystkie działania angażujące pomogły uniknąć zużycia 8705 ton pierwotnych materiałów w 2018 roku, co stanowi wzrost o 19% w porównaniu z 2017 rokiem. Ten postęp jest przede wszystkim wynikiem wysiłków włożonych w integrację materiałów pochodzących z recyklingu z komponentem plastikowym opakowań (+ 38% w porównaniu do 2017 roku).

Aby zrealizować tę strategię i utrzymać swoje zaangażowanie w ciągłe doskonalenie, L'Oréal wyznaczył sobie następujące cele na nadchodzące lata:

- Upstream, w odniesieniu do materiałów zakupionych przez L'Oréal: do 2025 roku 50% tworzyw sztucznych wykorzystywanych w naszych opakowaniach będzie pochodzić z recyklingu lub będzie pochodzić ze źródeł biologicznych.
- Downstream, w odniesieniu do końca okresu eksploatacji opakowań: do 2025 roku 100% naszych opakowań z tworzyw sztucznych będzie można ponownie napełnić, ponownie naładować, poddać recyklingowi lub kompostowaniu. Środki te znacznie ograniczą wykorzystanie energii z surowców kopalnych i przyczynią się do rozwoju gospodarki o obiegu zamkniętym.

Aby to zrobić, L'Oréal pracuje w ekosystemie partnerskim, aby korzystać z najlepszych technologii:

- Na przykład L'Oréal jest współzałożycielem konsorcjum z Carbios, aby zachęcić do industrializacji technologii bio-recyklingu enzymatycznego.
- L'Oréal podpisał umowę partnerską z LOOP® w celu wyprodukowania PET zgodnego z normami jakości spożywczej z recyklingu przez depolimeryzację chemiczną.
- L'Oréal podpisał partnerstwo z PURECYCLE w celu wyprodukowania przetworzonego PP zgodnego z normami jakości spożywczej.
- L'Oréal jest głównym członkiem inicjatywy „Nowa gospodarka tworzyw sztucznych” („New Plastic Economy”) prowadzonej przez Fundację Ellen MacArthur. Grupa jest aktywnie zaangażowana w prace związane z wykorzystaniem tworzyw sztucznych i jest sygnatariuszem globalnego zobowiązania wydanego w ramach tej inicjatywy.
- L'Oréal jest współzałożycielem inicjatywy Quantis the SPICE (Sustainable Packaging Initiative for CosmEtics) mającej na celu dostosowanie uczestników rynku do wspólnej i solidnej metodologii w zakresie śladu ekologicznego opakowań produktów kosmetycznych.



„We care – Zależy nam”

Zrównoważony rozwój i odpowiedzialne prowadzenie działalności gospodarczej mają w Beiersdorf wysoki priorytet. Firma prowadzi strategię zrównoważonego rozwoju „We care – Zależy nam”. W dziedzinie opakowań firma podejmuje konkretne działania zgodnie z czterema zasadami zrównoważonego rozwoju: unikanie, redukcja, ponowne wykorzystanie i recykling. Nadrzędnym celem firmy jest ochrona zasobów poprzez redukcję opakowań i rozwój bardziej zrównoważonych, alternatywnych rozwiązań.

Beiersdorf stawia sobie za cel, aby do 2025 roku wyprodukować 100 % opakowań nadających się do recyklingu, nadających się do kompostowania lub nadających się do ponownego użycia. Planuje zwiększyć w Europie udział materiałów pochodzących z recyklingu w opakowaniach z tworzyw sztucznych do 25%. Nowe cele są jednymi z pierwszych konkretnych inicjatyw, które zostaną podjęte w ramach strategii firmy C.A.R.E. +.

Beiersdorf uczestniczy w Rezyklatforum – forum materiałów pochodzących z recyklingu w Niemczech, gdzie pracuje nad rozwiązaniami dotyczącymi zrównoważonego obchodzenia się z opakowaniami z tworzyw sztucznych. Ponadto wspiera inicjatywę Loop, której celem jest zapobieganie powstawaniu opakowań jednorazowego użytku i zapewnienie konsumentom wygodnej i przyjaznej dla środowiska alternatywy w postaci opakowań o długiej żywotności, nadających się do wielokrotnego napełniania i ciągłego łańcucha dostaw.



Clochee – pionier ekologicznych opakowań

Clochee to polska marka kosmetyków naturalnych, która dba by opakowania produktów były nie tylko ładne, ale i ekologiczne. Powstają one z surowców wtórnych i mogą zostać poddane recyklingowi. Są to głównie pojemniki szklane lub stworzone z bezpiecznego dla zdrowia i środowiska tworzywa sztucznego – specjalnego plastiku PCR (Post Consumer Recycled), nadającego się po przetworzeniu do ponownego użytku. Stosuje także degradowalny plastik z domieszką d2w, dzięki któremu rozkład opakowania następuje w czasie kilkadziesiąt, a nawet kilkaset razy krótszym niż w przypadku tradycyjnego, „zwykłego” tworzywa sztucznego. Proces ten zachodzi przy udziale tlenu i jest inicjowany przez wodę, temperaturę i światło. Clochee opracowała także własny raport badawczy „Człowiek pod ochroną”, który m.in. bada wagę ekologiczności opakowania przy wyborze kosmetyków naturalnych i zawiera rekomendacje dla konsumentów odnośnie wyboru opakowania.



Ziaja podejmując konsekwentne rozwiązania sprzyjające środowisku, zmierza w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym. Znakiem rozpoznawczym firmy jest minimalizm zarówno w identyfikacji wizualnej, ale także w kwestii podejścia do opakowania. Tam gdzie jest to możliwe, firma nie stosuje dodatkowych opakowań. Na etapie projektowania kosmetyku Ziaja kieruje się zasadą zrównoważonego wykorzystania surowców użytych do produkcji. Firma wybiera opakowania wywierające możliwie najmniejszy wpływ na środowisko, np. w 100% przetwarzalne materiały, jakimi są PE oraz PP. Dbając o środowisko Ziaja proponuje Klientom produkty w większych, ekonomicznych, rodzinnych pojemnościach – ograniczając częstsze zakupy kosmetyków w mniejszych opakowaniach. Firma upraszcza i modyfikuje starsze konstrukcje opakowań, aby stały się przyjazne środowisku i sprzyjały segregacji odpadów. Stawia na rozwój – testuje nowe, bezpieczne i ekologiczne surowce. Ziaja uczy się i sprawdza w praktyce nowe technologie, a także weryfikuje zasadność swoich wyborów prośrodowiskowych aktywnie uczestnicząc w szkoleniach i konferencjach.



Opakowania z przetworzonych surowców

Phenomé wychodzi z założenia: „tylko tyle opakowań, ile jest niezbędnie konieczne”. Oznacza to w praktyce opakowania maksymalnie proste, nie zawierające dodatkowych powiększających je wkładek, podwójnego dna, elementów ozdobnych.

Firma dąży do tego, aby współczynnik ilości surowców zużytych na opakowanie w stosunku do pojemności samego produktu kosmetycznego był jak najniższy. Minimalistyczne opakowania to także mniej miejsca w transporcie, a co za tym idzie, mniejszy wpływ transportu na środowisko naturalne.

Phenomé stara się, by procesy unieszkodliwiania używanych materiałów opakowaniowych nie powodowały zanieczyszczania środowiska naturalnego lub pochodziły z procesu przetwarzania surowców wtórnych. Firma stosuje więc głównie opakowania szklane, a opakowania z tworzyw sztucznych (np. butelki PET) oraz HDPE powstają w 100% z tworzywa wtórnego z recyklingu post konsumenckiego tzw. PCR. Także papier, używany w opakowaniach zewnętrznych (kartoniki) jest wykonany w 80% z makułatury. Ponadto w działalności logistycznej i handlowej, tam, gdzie tylko jest to możliwe Phenomé stosuje ekologiczne wypełniacze typu „skropak”. Skropak to przyjazny środowisku, wykonany wyłącznie ze składników pochodzenia roślinnego, całkowicie kompostowalny materiał przeznaczony do zabezpieczania przesyłek w transporcie.



Nagradzamy recycling z Kiehl's

„NAGRADZAMY RECYKLING” to inicjatywa marki Kiehl's polegająca na zachęcaniu konsumentów do właściwego segregowania zużytych opakowań po kosmetykach. Za zwrot pustych opakowań po produktach Kiehl's konsumenci otrzymują punkty, które mogą wymienić na produkty tej marki. W 2018 roku w ramach programu w Polsce zebrano 6000 pustych butelek (126 kg odpadów, które potencjalnie trafiłyby na wysypisko), a w Krajach Bałtyckich 2900 butelek (60 kg odpadów).



Uznanie dla Ziemi

Program EARTHWARDS to podejście firmy Johnsons and Johnsons do wspierania rozwoju bardziej zrównoważonych produktów. Opakowanie jest jednym z 7 kluczowych obszarów podlegających ocenie i optymalizacji pod kątem wpływu na środowisko.



Zmiany konstrukcyjne z pozytywnym efektem dla środowiska

Innowacje materiałowe to również działania związane z poszukiwaniem rozwiązań konstrukcyjnych umożliwiających zmniejszenie masy opakowania. Temu z kolei sprzyja stosowanie tworzyw o ulepszonych właściwościach. Wg brazylijskiej firmy Natura giętkie opakowania wymagają 70% mniej tworzyw sztucznego niż ich sztywne odpowiedniki o tej samej objętości. Oznacza to, że opakowania są nie tylko tańsze, ale także bardziej przyjazne środowisku – w transporcie 1000 toreb zajmuje taką samą przestrzeń jak 28 butelek.



Firma Lush z Wielkiej Brytanii podjęła w 2015 roku współpracę z organizacją Ocean Legacy. Tworzywa sztuczne zebrane na plażach poddawane są przy wsparciu firmy recyklingowi, a następnie recyklat dodaje się do opakowań kosmetyków.



NATURATIV

Zrównoważone opakowanie bez rewolucji

Zrównoważone opakowanie oznacza nie tylko wykorzystanie materiałów zebranych na plażach czy nowatorskich biotworzyw. Są to również opakowania, nadające się do recyklingu. Kosmetyki Naturativ są zapakowane głównie w szkło lub tworzywo sztuczne HDPE. I jedno i drugie w całości nadaje się do recyklingu. Są to wytrzymałe materiały, w 100% przetwarzalne, a ich obrót w recyklingu może być wielokrotny.

KREMOLAND

Wielofunkcyjny produkt

Aby minimalizować masę generowanych odpadów opakowaniowych marka Kremoland proponuje stosowanie produktów wielofunkcyjnych. Kosmetyk w kostce Lawenda 3 w 1 zastępuje odżywkę, szampon i maskę do włosów, a wg producenta wystarcza na kilka-kilkanaście tygodni.



PRODUCENCI OPAKOWAŃ I MATERIAŁÓW OPAKOWANIOWYCH



We create chemistry

ChemCycling – przełom w technologii recyklingu tworzyw sztucznych

Odpowiedzialne korzystanie z tworzyw sztucznych jest kluczowe dla rozwiązania problemu odpadów na świecie. Dotyczy to zarówno producentów i wprowadzających opakowania na rynek, konsumentów, jak i firm zajmujących się ich przetwarzaniem. BASF opracował pionierską technologię recyklingu chemicznego tworzyw sztucznych i jest pierwszym przedsiębiorstwem wytwarzającym produkty z pozyskanych w tej drodze surowców wtórnych. Recykling chemiczny stanowi innowacyjny sposób ponownego wykorzystania odpadów z tworzyw sztucznych, które nie są obecnie poddawane recyklingowi i stanowią ogromne obciążenie dla środowiska. Są to np. opakowania wielomateriałowe lub nieoczyszczone tworzywa sztuczne. Recykling chemiczny może zatem wnieść istotny wkład w zmniejszanie ilości odpadów z tworzyw sztucznych.

BASF ściśle współpracuje ze swoimi klientami i partnerami, od firm zajmujących się gospodarką odpadami po dostawców technologii i producentów opakowań, aby zamknąć obieg w łańcuchu wartości. Recykling chemiczny stanowi innowacyjne uzupełnienie obecnie istniejących procesów recyklingu i całego systemu gospodarowania odpadami.



Efektywność środowiskowa = efektywność ekonomiczna

MPS International podejmuje szereg działań mających na celu ograniczenie negatywnego wpływu swoich produktów na środowisko:

- optymalizuje gramaturę opakowania biorąc pod uwagę jego cechy i właściwości, takie jak: pojemność, kształt, rodzaj zamknięcia, sposób aplikacji, przeznaczenie opakowania – w myśl zasady, że „każdy gram ma znaczenie”,
- wprowadza do obrotu serie I'm Green – stworzoną z polimeru na bazie trzciny cukrowej,
- do produkcji opakowań wykorzystuje materiały z recyklingu oraz odpady produkcyjne (PCR, PCP),
- używane jako opakowania zbiorcze palety i kartony są wielokrotnego użytku, a tacki na jakich ustawiane są opakowania jednostkowe w dużej mierze pochodzą z papieru z recyklingu.



Kompleksowe rozwiązania

HEINZ-PLASTICS Polska Sp. z o.o. dostarcza szereg rozwiązań, które pozwalają branży kosmetycznej na odpowiedzialne zarządzanie opakowaniami z tworzyw sztucznych.

HEINZ-PLASTICS Polska oferuje między innymi butelki z PET w 100% wykonane z recyklatu, czyli tworzywa, który zostało ponownie przetworzone. Opakowania wykonane z recyklatu PET bez dodatku barwnika mają szary odcień. Niebawem dostępna będzie wersja surowca o wyższej transparentności, która pod względem wizualnym będzie zbliżona do tradycyjnego opakowania z PET. HEINZ-PLASTICS Polska oferuje również nakrętki do słoików szklanych wykonane z polipropylenu z 30 % dodatkiem organicznym (włókna drzewne), które pozwalają na mniejsze zużycie surowca pierwotnego (PP) oraz recykling. Ponadto firma planuje również wdrożenie opakowań z surowców pochodzenia roślinnego: trzcina cukrowa, kukurydza, burak cukrowy.



Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów firma Polipack wprowadziła do oferty opakowania z tworzyw BIO takich jak BIO-PET i BIO-PP. Tworzywa BIO posiadają wszelkie atesty dopuszczenia do kontaktu z żywnością. Firma prowadzi prace badawczo-rozwojowe nad produkcją opakowań z tworzyw pochodzących z recyklingu, takich jak polipropylen (PP) oraz PET. Oferta firmy już niedługo poszerzy się m.in. o opakowania wykonane z tworzywa PET pochodzącego z recyklingu (które jest przeznaczone do kontaktu z żywnością) oraz opakowania z PP pochodzącego również z recyklingu.

Firma Polipack wprowadziła w 2019 roku na rynek proekologiczny słoik kosmetyczny z wymiennym termosem, aby klient końcowy po zużyciu kosmetyku mógł kupić jedynie sam termos, a słoik i nakrętkę zostawić do ponownego użytku. Rozwiązanie to pozwala oszczędzić aż 80% masy całego opakowania.

Firma udoskonaliła proces produkcyjny oraz sposób przetwórstwa tworzyw – odyskuje do 100% odpadów poprodukcyjnych.



Firma Albea zobowiązała się do wspierania celów zrównoważonego rozwoju swoich klientów przez tworzenie i pozyskiwanie opakowań, które mają niski wpływ na środowisko i przyczyniają się do działania gospodarki o obiegu zamkniętym. Albea jest członkiem Fundacji Ellen MacArthur, która jest liderem zajmującym się gospodarką o obiegu zamkniętym. Albea proponuje o 33% lżejsze tuby w porównaniu ze standardowymi. Odpowiada to 8,8 tonom zaoszczędzonego plastiku na wyprodukowanym milionie tub rodzaju SLIM Caps + THIN-WALLS. Każdego roku Albéa produkuje 33 miliony opakowań PCR, które mogą być w pełni poddane recyklingowi przy użyciu istniejących systemów zbiórki. Firma produkuje butelki i tuby z materiału biologicznego – bioplastiki wprowadzone przez Albea wytwarzane są z brazylijskiej trzciny cukrowej. Firma dostarcza ponad 1 milion tub z PE wytworzonego z trzciny cukrowej.



ZAANGAŻOWANIE KONSUMENTA

Działania w kierunku zaangażowania klienta, w tym innowacyjna obsługa wspiera i podnosi wartość portfolio przedsiębiorstwa. Sprawia, że klienci i konsumenci rozpoznają, zapamiętują i chętniej korzystają z oferty danej firmy. Trendy związane z opakowaniami w duchu gospodarki o obiegu zamkniętym, również można eksploatować w tym obszarze innowacji. Działania zwiększające świadomość ekologiczną klientów są świetnym sposobem do tworzenia ekologicznego wizerunku marki. Z drugiej strony, firmy mogą tworzyć swoje marki w taki sposób, aby przyciągać klientów, dla których ważne są kwestie środowiskowe.

Jasno zdefiniowane cele biznesowe firm adresujące wyzwania zrównoważonego rozwoju, z którymi w pełni się utożsamiają, są podstawą do budowania zaufania, lojalności i trwałych relacji z klientami.

Przykłady działań z branży kosmetycznej angażujące klientów:



Firma YOPE wprowadziła opakowania wielorazowego użytku dla płynu do mycia naczyń. Konsumenci mogą napełnić butelkę płynem do mycia naczyń w warszawskim sklepie i oszczędzić 25 % ceny produktu sprzedawanego w opakowaniu jednorazowym. Od połowy 2019 roku YOPE planuje rozszerzenie oferty tego typu produktów.



ARTDECO

INGLOT

Firma Inglot jako pierwsza lata temu wprowadziła rozwiązanie ograniczające zużycie plastiku i zaoferowała paletki z wymiennymi wkładami. Podobne rozwiązania oferują takie firmy, jak Wibo i ArtDeco – paletki z wymiennymi wkładami cieni i pudrów czy ponowne napełnianie opakowań po kosmetykach.



Ministerstwo dobrego mydła przyjmuje zwrot szklanych opakowań po kosmetykach. Przyniesione pięć słoiczek oznacza 5 % rabatu na kolejne zakupy. Założycielki Ministerstwa Dobrego Mydła zachęcają do ponownego wykorzystania ich opakowań i podpowiadają, że słoiczki po kremach można też wykorzystać do przechowywania akcesoriów w łazience, jako doniczki czy świeczniki na tealights. A opakowanie po spryskiwaczu po hydrolacie wyczyścić i napełnić wodą, aby spryskiwać rośliny w domu lub na balkonie.

resibo.

Resibo angażuje i zachęca by swoich klientów do podejmowania ekowyzwań. Są to np. rezygnacja z reklamówek foliowych czy picie wody z kranu. Tym samym marka przypomina o istotności kwestii środowiskowych, nie tylko tych powiązanych z jej produktami.



BEZ PUDŁA to pierwszy stacjonarny sklep we Wrocławiu wspierający ideę Zero Waste. BEZ PUDŁA promuje styl życia mający na celu eliminację odpadów z naszej codzienności. Sprzedaje naturalne produkty pochodzące w większości od lokalnych dostawców, które są pakowane w pojemniki przyniesione przez klienta lub w ekologiczne opakowania.



phenomé

Zbiórka zużytych opakowań – sklep firmowy Phenomé w Warszawie w Galerii Mokotów oferuje klientom zbiórkę zużytych opakowań kosmetycznych, by mogły trafić do recyklingu i posłużyć do produkcji kolejnych pokoleń opakowań.



Firma Jan Barba Raw Cosmetics, stworzona z myślą o osobach, które żyją zgodnie z filozofią zero waste umożliwia swoim klientom odesłanie pustych opakowań do firmy, a następnie opakowania po oczyszczeniu wracają do klientów z kolejnym produktem.



Z kolei marka Purite zrezygnowała z kartoników i ulotek, a mydła sprzedaje bez opakowań. Większość kosmetyków zamknięto w słoiczkach i butelkach z ciemnego szkła. Po zużyciu można je również odesłać firmie, z tym że Purite przekazuje je do recyklingu.



Inna marka, MAC Cosmetics za sześć pustych opakowań po kosmetykach daje szminkę w wybranym kolorze (program Back-to-MAC), w polskim Lush Botanicals za pięć sztuk otrzymuje się 50 zł rabatu na kolejne zakupy, a rodzimej wegańskiej marce Creamy za każdy słoiczek lub butelkę – rabat 5 zł na zakupy. Wszystko po to, by zadbać o zamknięcie obiegu opakowań. Przy okazji firmy budują lojalność Klientów, dla których ważna jest ekologia.





Przyszłość opakowań w przemyśle kosmetycznym

Wskazane powyżej dobre praktyki będą ewoluować. Jak wielokrotnie stwierdzamy w raporcie – jesteśmy na początku drogi. Obecnie rynek zrównoważonych rozwiązań z tworzyw sztucznych dynamicznie się zmienia. Właściwie każdego miesiąca powstają nowe rozwiązania, propozycje, oferty, innowacje.

Strategia Plastikowa w Polsce staje się faktem. Przemysł kosmetyczny już zaczął odrabiać swoją pracę domową i wprowadzać działania w kierunku bardziej zrównoważonych opakowań. Nie są to jeszcze powszechne praktyki całego przemysłu, ale przykłady na których można się wzorować.

Strategia Plastikowa i jej cel nadrzędny – konieczność ochrony naszego środowiska – będą niewątpliwie ważnymi czynnikami, kształtującymi przyszłość opakowań produktów kosmetycznych.

Już dziś wiemy jednak, że najważniejszym motorem zmian w naszej branży będzie konsument. Jako przemysł i każda firma z osobna musimy postawić na bliskie relacje z konsumentem i mieć świadomość jego oczekiwań i potrzeb. Ważnym zadaniem jest jednocześnie budowanie świadomości ekologicznej konsumentów – kształtowanie świadomych wyborów oraz postaw w postępowaniu z odpadami, szczególnie opakowaniami po wykorzystaniu produktów.

Jednak relacja producent – konsument nie gwarantuje pełnego sukcesu Strategii Plastikowej. Aby działania producentów miały sens, musimy zagwarantować, że tworzywa sztuczne i opakowania z nich faktycznie będą krążyć w zrównoważonym obiegu zamkniętym. Każdy z uczestników tego procesu ma tutaj do odegrania swoją rolę.

Konieczne jest wprowadzenie zmian systemowych, które wyznaczałyby kierunek działań, ustanawiały wspólne standardy i systemy oraz wspierałyby innowacje. Osiągnięcie tych zmian wymagać będzie współpracy między wszystkimi uczestnikami rynku tworzyw sztucznych – od ich producentów, przez przetwórców produkujących opakowania z tworzyw sztucznych, przedsiębiorców wprowadzających produkty w opakowaniach na rynek, recyklerów, po organizacje rządowe i konsumenta.

Zaangażowanie przemysłu kosmetycznego w Polsce w przygotowanie do czekających nas wyzwań wskazuje, że jest bardzo prawdopodobne, że uda nam się im sprostać. Zastosowanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym w sektorze opakowań z tworzyw sztucznych pozytywnie przekształci rynek, a opakowania kosmetyków w przyszłości będą opakowaniami zrównoważonymi.

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego

Warszawa, 5 września 2019 roku

Załącznik I Biblioteka aktów prawnych i kluczowych dokumentów

- Wybrane dyrektywy pakietu gospodarki o obiegu zamkniętym:
 - Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/850 z dnia 30 maja 2018 r. zmieniająca dyrektywę 1999/31/WE w sprawie składowania odpadów
 - Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/851 z dnia 30 maja 2018 r. zmieniająca dyrektywę 2008/98/WE w sprawie odpadów
 - Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/852 z dnia 30 maja 2018 r. zmieniająca dyrektywę 94/62/WE w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/904 z dnia 5 czerwca 2019 r. w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/98/WE z dnia 19 listopada 2008 r. w sprawie odpadów oraz uchylająca niektóre dyrektywy
- Europejska strategia na rzecz tworzyw sztucznych w gospodarce o obiegu zamkniętym (tzw. Strategia Plastikowa)
- Rozporządzenie Ministra Środowiska z dnia 14 grudnia 2016 r. w sprawie poziomów recyklingu, przygotowania do ponownego użycia i odzysku innymi metodami niektórych frakcji odpadów komunalnych (Dz. U. poz. 2167)
- Rozporządzenie Ministra Środowiska z dnia 29 grudnia 2016 r. w sprawie szczegółowego sposobu selektywnego zbierania wybranych frakcji odpadów (Dz.U. z 2017 poz. 19)
- Ustawa z 14 grudnia 2012 r. o odpadach (Dz. U. 2013 poz. 21)
- Ustawa z dnia 1 lipca 2011 r. o zmianie ustawy o utrzymaniu czystości i porządku w gminach oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2011 nr 152 poz. 897)
- Ustawa z dnia 13 czerwca 2013 r. o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi (Dz.U. 2013 poz. 888)
- Ustawa z dnia 13 września 1996 r. o utrzymaniu czystości i porządku w gminach (Dz. U. 1996 Nr 132 poz. 622) Ustawa z dnia 20 lipca 1991 r. o Inspekcji Ochrony Środowiska (Dz.U. 1991 nr 77 poz. 335)
- Mapa drogowa Transformacji w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym, Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii, grudzień 2018

Załącznik II Słownik pojęć

Dług ekologiczny – umowne pojęcie odnoszące się do „długu” zaciąganego przez ludzkość na rzecz planety, co ma miejsce w sytuacji wykorzystywania zasobów naturalnych w tempie szybszym niż zdolność Ziemi do ich regeneracji. Pojęcie długu ekologicznego jest cechą gospodarki liniowej.

Ekoprojektowanie (ecodesign) – proces projektowania, który prowadzi do wytworzenia produktu o mniejszym negatywnym wpływie na środowisko, niż standardowy. W przypadku opakowań ekoprojektowanie oznacza np. zwiększenie przydatności do recyklingu, ponowne użycie lub zastąpienie materiału bardziej przyjaznym dla środowiska.

EPS – sponiany polistyren

Gospodarka liniowa (linearna) – gospodarka oparta na schemacie „weź – wyprodukuj – użyj – wyrzuć”, wykorzystująca do produkcji surowce pierwotne, bez poszanowania wartości materiału, skutkuje generowaniem dużej ilości odpadów.

Gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ) – gospodarka, w której wartość produktów, materiałów i zasobów jest utrzymywana tak długo, jak to możliwe, a wytwarzanie odpadów ograniczone do minimum.

LCA (ang. life cycle assessment) – ocena cyklu życia, czyli proces oceny wpływu, jaki dany produkt wywiera na środowisko naturalne podczas całego cyklu życia.

Łańcuch wartości – kolejne elementy w ramach sekwencji pełnionych funkcji w cyklu życia produktu. W ramach łańcucha wartości można wyodrębnić szereg uczestników, m.in. podmioty zajmujące się pozyskiwaniem surowca, producentów, ich poddostawców (i ich poddostawców), dystrybutorów, sprzedawców, konsumentów, odbiorców odpadu, recyklerów.

Mikrodrobiny plastiku – syntetyczne, nierozpuszczalne w wodzie granulki o średnicy mniejszej niż 5 mm, stosowane w produktach różnych branż.

Mikroplastiki – bardzo małe kawałki wszelkiego rodzaju tworzyw sztucznych. Pochodzą z różnych źródeł. Pochodzą głównie z rozkładu większych produktów lub mogą być dodawane celowo.

Odpady surowcowe – strumień odpadów, w którym można wyodrębnić poszczególne frakcje surowców, np. tworzywa sztuczne, szkło, metal, papier, a które nadają się do recyklingu i ponownego użycia.

Opakowania jednostkowe – opakowania pojedynczych produktów, w których są one sprzedawane odbiorcy końcowemu, zwykle konsumentowi.

Opakowanie zrównoważone – opakowanie produktu, które powstało przy minimalnym użyciu materiałów i energii, jest bezpieczne zarówno dla środowiska i zdrowia oraz umożliwia odzysk materiałów do ich ponownego wykorzystania.

Organizacja odzysku opakowań – organizacja utworzona w celu przejęcia od przedsiębiorców obowiązku odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych.

PCR – „post consumer recycled”, materiał, który pochodzi z recyklingu odpadów zebranych z gospodarstw domowych, lub „post consumer recycling” – proces recyklingu takich odpadów.

PE – polietylen

PE-HD – polietylen, o wysokiej gęstości

PE-LD – polietylen, o niskiej gęstości

PE-LLD – polietylen, liniowy o niskiej gęstości

PET – politereftalan etylenu

PP – polipropylen

PS – polistyren

Recyklat – produkt procesu recyklingu, czyli materiał gotowy do ponownego wykorzystania.

Recykler – podmiot fizycznie przeprowadzający proces recyklingu danego surowca i wytwarzający recyklat.

Recykling – proces odzysku, w ramach którego odpady są ponownie przetwarzane na produkty, materiały lub substancje wykorzystywane w pierwotnym celu lub innych celach.

Rozszerzona Odpowiedzialność Producenta (ROP) – zasada, zgodnie z którą producent odpowiada za produkt i opakowanie, w którym wprowadził produkt na rynek przez cały cykl ich życia, aż do momentu zagospodarowania odpadu powstałego z tego produktu lub opakowania.

rPET – politereftalan etylenu z recyklingu.

Ślad środowiskowy (śląd ekologiczny) – wpływ, jaki dany podmiot, jego działalność lub dany produkt wywiera na środowisko naturalne, np. ilość wykorzystywanych przez nie zasobów naturalnych lub ilość wytwarzanych szkodliwych gazów.



Dzięki wykorzystaniu papieru Nautilus Superwhite 100% recycled negatywny wpływ na środowisko został zmniejszony o: **115 kg** mniej odpadów

Negatywny wpływ na środowisko został zmniejszony o:

115 kg 
mniej odpadów

27 kg 
mniej gazów
cieplarnianych

271 km 
krótsza podróż samochodem
średniej klasy europejskiej

2866 l. 
mniej zużytej wody

351 kWh 
mniej zużytej energii

186 kg 
mniej zużytego drewna

Źródło: Ślad węglowy oszacowany przez Labelia Conseil zgodnie z metodologią Bilan Carbone®.



POLSKI
ZWIĄZEK
PRZEMYSŁU
KOSMETYCZNEGO

www.kosmetyczni.pl