

OPAKOVANÉ používanie, RECYKLÁCIA alebo jednorazovosť obalov?

V mesiaci apríl 2023 uverejnil portál **Euractive.sk** články od Barbary Zmuškovej a Frédérica Simona, ktoré sa zaoberajú aktuálnymi témami obalovej politiky budúcnosti a koncepcie EÚ v oblasti výroby a používania obalov z pohľadu zníženia emisií CO₂ a uhlíkovej stopy. Materiály, na základe ktorých vznikol aj tento článok v redakcii redakcii PrintProgress, sa opierajú o zverejnené zámery a ciele Európskej komisie v oblasti obalov a konfrontujú ich výsledkami výskumov a štúdií renomovaných agentúr IPSOS a McKinsey. Závety výskumov a štúdií jednoznačne poukazujú na to, že oblasti výroby obalov, ich ekologizácie a znížovania objemu výroby je potrebné venovať enormnú pozornosť v záujme ochrany ekosystému, avšak nie je z nich jednoznačne jasné, ktorá z aktuálne vytýčených ciest ekologizácie výroby, a hlavne používania obalov je tá, ktorá najviac životné prostredie bude chrániť. Zdá sa, že klasická polygrafická výroba jednorazových kartónových obalov nebude až tak tragicky zafazujúca životné prostredie v porovnaní s výrobou a používaním obalov na opakované používanie, resp. určenými obalmi na recykláciu po ich použití.



Autorka článku „**Firmy strašia opätovne použiteľnými obalmi,**“ **Barbora Zmušková** uvádza tvrdenie priemyselníkov, že **pre návrh eurokomisie sa začne viac využívať plast, nákladniaky budú chodiť častejšie a snaha znížiť CO₂ bude kontraproduktívna. V praxi však firmy nezvyknú siahnuť po tých najdrahších, najneefektívnejších a zároveň najviac znečisťujúcich riešeniach.**

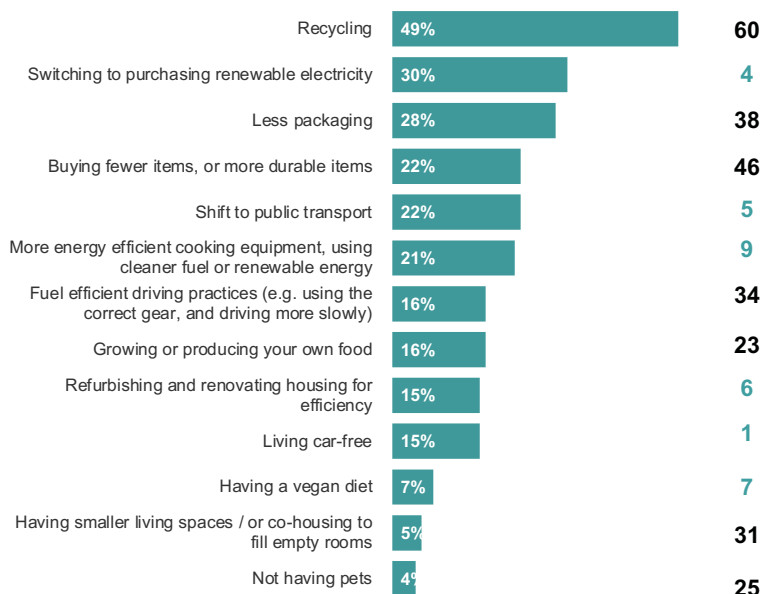
Retailové firmy sa búria proti návrhu eurokomisie, ktorá chce zvýšiť podiel opätovne použiteľných obalov. Tvrdia, že sa preto začne oveľa viac využívať plast, nákladniaky budú chodiť častejšie a snaha znížiť CO₂ tak bude kontraproduktívna. Zástancovia návrhu Komisie však hovoria, že ani uhlíková stopa jednorazových obalov nie je preskúmaná dôsledne. Desafpercentný podiel do roku 2030 môže byť dobrým testom aj podľa niektorých priemyselníkov.

Európa bola doteraz zvyknutá riešiť problém s obalmi recykláciou. Aj u nás na Slovensku aj v Čechách sme zvyknutí na žlté a modré kontajnery, na systém vracania fliaš a plechoviek. Ľudia však recyklácii pripisujú nadmerné zásluhy. Výrazne viac ľudí si myslí, že je recyklácia užitočnejšia, ako keď sa vzdáme auta, aj keď v realite to ušetrí iba zlomok emisií CO₂.

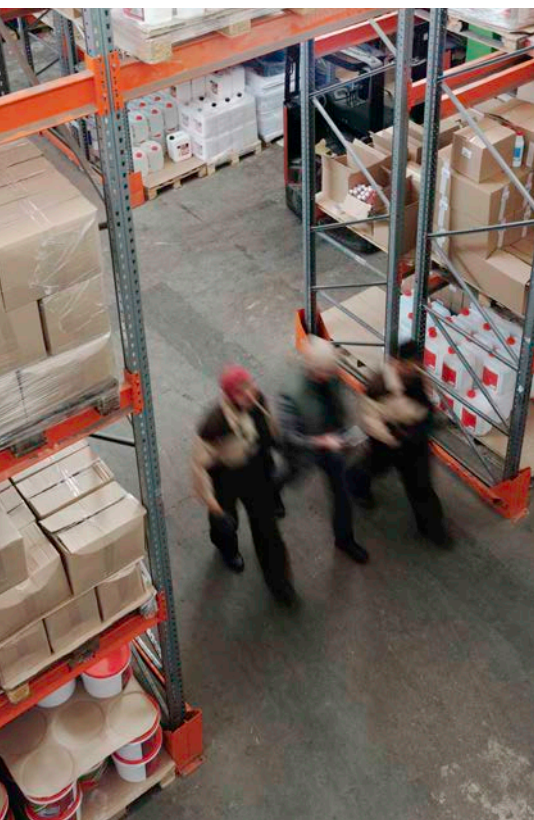
Minuloročný globálny prieskum agentúry Ipsos priniesol výsledok, že až polovica respondentov zaradila recykláciu medzi tri najdôležitejšie opatrenia na zníženie emisií skleníkových plynov. V skutočnosti je z pohľadu efektu však až na šesťdesiatom mieste.

Predstava o užitočnosti klimatických aktivít oproti ich reálnemu úžitku je diametrálne odlišná. V grafe nižšie sú uvedené odpovede respondentov o ich vnímaní aktivít z pohľadu pozitívnych dopadov na znížovanie negatívnych klimatických dopadov v konfrontácii so skutočnými vedeckými podloženými dopadmi a ich reálnej dôležitosťou na ne. Na otázku, ktoré tri z týchto aktivít najviac prispievajú k zníženiu emisií skleníkových plynov, boli zaznamenané takéto odpovede:

(Graf: Odpovede ľudí v prieskume, číslo: reálne poradie dôležitosti pri znižovaní emisií)



ZDROJ: IPSOS



Európska komisia sa teda rozhodla posunúť na pyramíde obehovej ekonomiky od recyklácie k reuse (opätovnému používaniu obalov). Navrhla, aby sa do roku 2030 aspoň desatina produktov odosielala v EÚ v obaloch, ktoré sa nevyhodia, ale vrátia späť kuriérom na ďalšie používanie. Do roku 2040 to má byť už polovica obalov. Komisia určila ciele aj pre reštaurácie a maloobchod.

Obchodníci však tvrdia, že kartónové škatule, v ktorých prichádza zákazníkom tovar z e-shopov, budú musieť nahradiť miliardami nových plastových boxov. Obaly podľa nich nebudú štandardizované, takže budú vozidlá naložené menej efektívne, zväčši sa celá hmotnosť tovaru, obaly sa budú musieť prevážať naspäť k výrobcovi a navyše aj často umývať. Celý návrh teda podľa nich nakoniec zvýši CO₂ v atmosfére a náklady predraží.

Zástancovia návrhu však kontrujú, že jednorazové obaly majú v skutočnosti vyššiu uhlíkovú stopu, než s čím rátajú obchodníci. Do úvahy podľa nich treba brať aj obnovu lesov, ktoré sa dnes rúbu, a tiež aj cenu recyklácie komplexných materiálov, v ktorých je dokopy spojený papier, plast a kov. Aj niektoré sektory priemyslu uznávajú, že desaťpercentný cieľ do roku 2030 môže byť dobrým pilotom. Európska komisia tvrdí, že jej návrh zníži CO₂ z obalov zo 66 miliónov ton na 43 miliónov ton. Každá zo strán má svoje vlastné analýzy. O návrhu budú diskutovať euro-parlament aj členské štáty. Otázky na metodológiu Komisie a argumenty výrobcov môžu byť relevantné a určite budú hrať dôležitú úlohu vo vyjednávaniach.

Frédéric Simon vo svojom článku **„Opätovne použiteľné obaly zvýšia náklady na online nákup, tvrdí štúdia“** prináša výsledky štúdie, ktorú zrealizovala poradenská spoločnosť McKinsey. Táto štúdia hovorí, že **ak by sa namiesto tradičných kartónových škatúl pri online nákupe zaviedli opakovane použiteľné plastové obaly, mohlo by to zvýšiť náklady obchodov o 50 až 200 percent. Podľa nového európskeho návrhu by mali spoločnosti, ktoré predávajú svoj tovar online, doručovať do roku 2030 desať percent svojich produktov v opakovane použiteľných obaloch.**

Analýza z dielne konzultantov v McKinsey sa zaoberala scenármi, pri ktorých by sa existujúce papierové obaly nahradili opakovane použiteľnými alternatívami vyrobenými z polypropylénu, teda živice, vďaka ktorej sú plasty tuhšie a odolné voči teplu. „V prípade online obchodu sa pri opakovane použiteľných obaloch zvyšujú náklady o 50 až 200 percent v porovnaní so scenármi, v ktorých sa používali škatule na jedno použitie, vyrobené z lepenky,“ uvádza sa v štúdiu. Enviromentalisti však štúdiu spochybňujú a hovoria, že nemusia zohľadňovať komplexnosť vplyvov jednorazových obalov, napríklad z kartónu.

„Okrem dodatočných nákladov sa však očakáva, že prechod spôsobí aj zvýšenie emisií CO₂, a to o 10 až 40 percent,“ dodáva. Tieto vyššie náklady sa odrazia na spotrebiteľských cenách.

Firma McKinsey dospela k podobným záverom aj pri druhom scenári použitia, ktorý sa zamerával na takeaway stravovacie služby v Belgicku. Tu sa náklady pri prechode na opätovne použiteľné plastové obaly odhadujú na zhruba dvojnásobok v porovnaní s jednorazovým papierovým balením, pričom sa očakáva nárast emisií CO₂ až o 150 percent. Tieto dodatočné náklady na balenie *„sa potenciálne prenesú na spotrebiteľov, čím sa predraží aj konzumácia,“* varuje McKinsey. Podobnú štúdiu s obdobnými zámermi pred časom realizovala aj spoločnosť McDonald's.

Zistenia analýzy sa odrážajú aj v novej, hĺbkovej štúdiu pre papierenský priemysel, ktorá vychádza z prípadovej štúdie McKinsey aj predchádzajúceho výskumu. Štúdia dospela k záveru, že opakovane použiteľné obaly by pri online obchode zvyšovali množstvo emisií CO₂ o 40 percent a pri doručovaní jedla až o 160 percent, pričom by celkovo generovali aj vyššie náklady. Väčšina dodatočných emisií CO₂ by pritom bola spojená s dopravou.

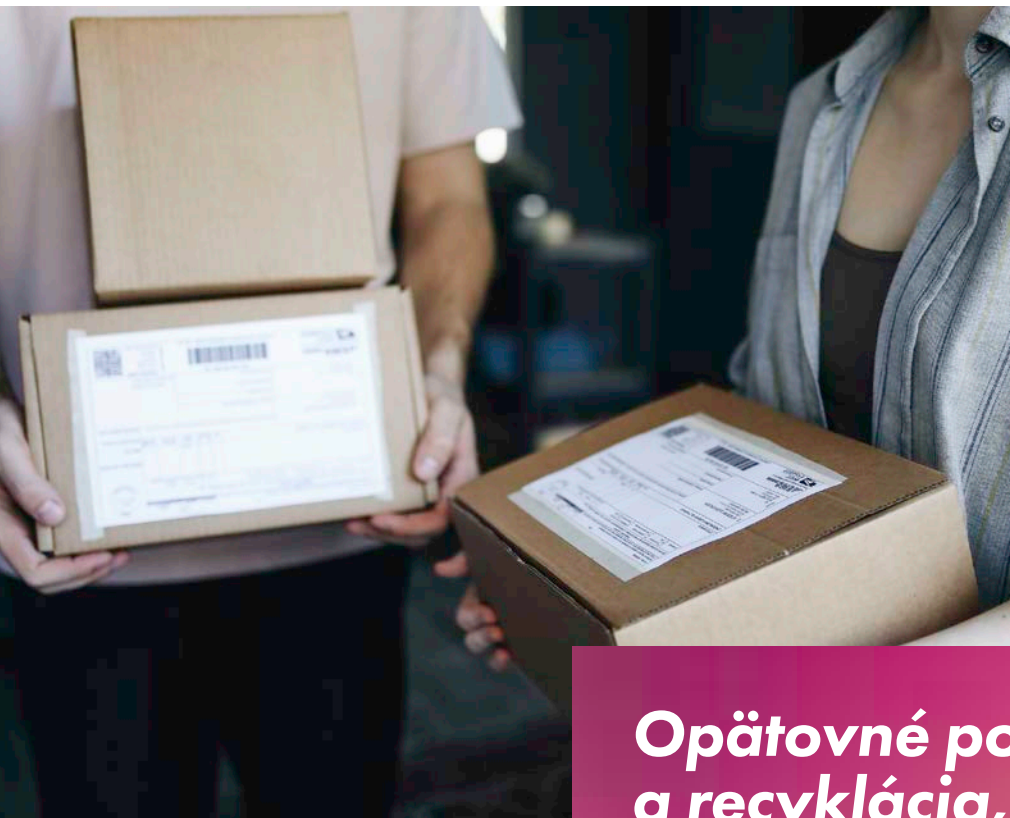
...ak by sa namiesto tradičných kartónových škatúl pri online nákupe zaviedli opakovane použiteľné plastové obaly, mohlo by to zvýšiť náklady obchodov o 50 až 200 percent.

Spoločnosti, ktoré predávajú svoj tovar online, budú podľa návrhu musieť do roku 2030 dodávať spotrebiteľom desať percent svojich produktov v opakovane použiteľných obaloch. Do roku 2040 by ich malo byť až 50 percent, uviedla Európska komisia, ktorá návrh predložila 30. novembra.

Na vyhodnotenie vplyvu opakovane použiteľných obalov konzultanti spoločnosti McKinsey namodelovali prechod od vyplnených papierových vriec a škatúl na ochranné plastové vrecúška alebo škatule z polypropylénu, ktorý je recyklovateľný. *„Model ukazuje výrazné zvýšenie množstva prepravy, ktorá je potrebná pri snahe vracať obaly tým, ktorí opakovane použiteľné obaly využívajú, logistickým centrom tretích strán, respektíve distribučným centrom,“* tvrdí správa.

„Opätovne použiteľné obaly musia byť po dodaní alebo zakúpení prepravené späť výrobcovi. To neplatí pre recykláciu, ktorá prebieha bližšie k spotrebiteľovi, nie k pôvodnému výrobnému miestu,“ uviedla Konfederácia európskeho papierenského priemyslu (CEPI), jedna z organizácií, ktoré výskum financovali. CEPI kritizoval pokus Európskej komisie zaviesť celoeurópske pravidlá s povinnými cieľmi opätovného použitia a uviedla, že obalové riešenia sa musia posudzovať „od prípadu k prípadu“. Ich základom by mala byť technická uskutočniteľnosť, ekonomická životaschopnosť a kritériá ochrany životného prostredia.





„Ciele pre opakovane použiteľné obaly jednoducho nie sú v súlade s prístupom založeným na dôkaze environmentálneho prínosu,“ povedal Jori Ringman, generálny riaditeľ CEPI.

Európska aliancia pre papierové obaly (EPPA), obchodná skupina zastupujúca spoločnosti, ktoré v celej Európe balia potraviny a objednané jedlo, uviedla, že nové štúdie poskytujú ešte viac dôkazov, že prechod k opätovnému používaniu nie je v sektore objednaných a doručovaných potravín najlepším ekologickým riešením. „Pre zainteresované strany je kľúčové, aby predtým, ako prijmú rozhodnutia o stratégiách balenia, zvažili celé spektrum vplyvov – environmentálne, ekonomické aj spoločenské. Výsledky v Belgicku sú hroznou predpoveďou toho, čo by sa mohlo stať na úrovni EÚ, ak sa súčasný návrh legislatívy neprehodnotí tak, aby vychádzal z vedecky podložených dôkazov,“ povedal Matti Rantanen, generálny riaditeľ EPPA.

Štúdia McKinsey však opätovné použitie úplne nevylučuje. Jednou z kľúčových otázok je napríklad priemerná vzdialenosť, na ktorú budú musieť byť opakovane použiteľné obaly prepravené. Toto riešenie by sa tak dalo využiť v mestách, kde sú prepravné vzdialenosti kratšie. Rozhodujúce je, aby systémy opätovného použitia fungovali na cykloch používania, respektíve rotáciách. Aby sa pri online obchode dosiahol environmentálny prínos v porovnaní s jednorazovým kartónom, pre opakovane použiteľné obaly bude potrebných minimálne

20 cyklov, odhaduje McKinsey. V prípade donášky alebo vyzdvihnutia jedla by to však mohlo byť „až 200 cyklov“, čo môže byť náročné, tvrdí McKinsey.

To, či má opätovné použitie zmysel, nakoniec „bude závisieť od komplexného výskumu a rozhodovania,“ píše v správe McKinsey, ktorej závery zdieľa aj CEPI. „Opätovné použitie a recyklácia, ktoré by boli správne nastavené, by mohli byť doplnkovými riešeniami na dosiahnutie vyššej cirkulácie,“ povedal Ringman.

Environmentálne skupiny poukazujú na otázky v nezávislosti výskumu spoločnosti McKinsey, pokiaľ nie je zverejnená metodika a premisy, s ktorými pri výskume pracovali, nakoľko objednávateľom štúdie sú výrobcovia jednorazových papierových obalov. Uviedol Jean-Pierre Schweitzer, ktorý sa obehovej ekonomike venuje v zelenom združení Európsky úrad pre životné prostredie (EEB). „V dobre navrhnutých systémoch opätovného použitia zvyčajne nastáva situácia, že viackrát použiteľné obaly prekonávajú

tie na jedno použitie,“ uviedol pre portál EURACTIV. „Dôležité vplyvy, ktoré súvisia s papierovými obalmi vrátane využitia pôdy, ochromenia biodiverzity a používania chemických látok, ako je PFAS, sa v tomto druhu analýzy tiež nezohľadňujú.“

Hannah Mowat z mimovládnej organizácie na ochranu lesov Fern hovorí, že štúdie podobných cyklov častokrát nezahŕňajú komplexnejší obraz dopadov jednorazových papierových obalov, ako je intenzívna ťažba lesov alebo vplyv na prírodu a komunity, kde prirodzenú lesnú krajinu nahrádzajú plantáže. Nie sú v nich zahrnuté ani náklady na recykláciu zložitých obalov, ako sú nápojové kartóny, ktoré sú vyrobené z tenkých vrstiev polyetylénu, papiera a hliníka, spojených dohromady.

V roku 2021 Rethink Plastic Alliance zverejnila analýzu, ktorá tvrdí, že zvýšené opätovné

Opätovné použitie a recyklácia, ktoré by boli správne nastavené, by mohli byť doplnkovými riešeniami na dosiahnutie vyššej cirkulácie...

použitie obalov v sektoroch doručovaných alebo vyzdvihovaných potravín, online obchodu a starostlivosti o domácnosť by mohlo ušetriť 3,7 milióna ton emisií ekvivalentných CO₂, 10 miliárd kubických metrov vody a takmer 28 miliónov ton materiálov.

Z pohľadu budúcnosti klasickej výroby obalov, či už jednorazových alebo opakovane použiteľných môžeme konštatovať, že tlač, resp. polygrafická výroba obalov určite má svoje miesto aj v budúcnosti obalovej výroby nezastupiteľné. Navyiac, ak zohľadníme technologické inovačné procesy, ekologizáciu výroby materiálu, t.j. média aj spotrebného materiálu, znižovanie energetickej náročnosti prevádzky strojov, tak polygrafia určite ešte nepovedala svoje posledné slovo do výroby obalov.

Podľa citovaných materiálov zo zdroja Euractive.sk spracovala redakcia PrintProgress