

#opakowania



Co zmieniła pandemia na rynku opakowań w branży HoReCa?

Jako ludzkość musimy radykalnie zmienić swoje podejście do kwestii wykorzystania plastiku. Ogromne zmiany powinny dokonać się także w gastronomii. Pandemia COVID-19 pokazała, że globalne przeobrażenie rynku tworzyw sztucznych jest konieczne. **Czy to początek rewolucji?**

Autor: Przemysław Ziemichód

W 2021 r. nie trzeba już chyba nikogo specjalnie przekonywać, że niekończąca się produkcja plastiku i tworzyw sztucznych jest dla planety niewiele mniejszym zagrożeniem niż katastrofa klimatyczna. Mimo to od wielu lat brakuje systemowych rozwiązań, które pomogłyby choć częściowo ograniczyć ten proces. Na wprowadzenie odpowiednich rozwiązań branża oraz polityczni decydenci mieli wiele lat. Niestety, większą część zmian przez lata prowokowały jedynie napędzane oddolnie ruchy obywatelskie.

W 2018 roku akcja „Tu pijesz bez słomki” naświetliła problem oceanów, które zaśmiecone są plastikowymi rurkami do napojów. Nie chodzi tu jednak tylko o pływające na powierzchni wód śmieci, ale także o to, że plastik chętnie jedzony jest przez zwierzęta morskie, doprowadzając je do śmier-

Fot. Shutterstock

ci. Informująca o tym kampania społeczna spowodowała, że wiele lokali w dużych polskich miastach zastąpiło tradycyjne słomki papierowymi odpowiednikami. Była to jedna z pierwszych masowych i oddolnych akcji, za którą poszli nie tylko mali restauratorzy, ale także wielkie korporacje.

EKOŚCIEMA CZY PRAWDZIWA TROSKA?

W ślad za małymi, niezależnymi kawiarniami i barami poszli w końcu korporacyjni giganci, którzy poza słomkami postanowili też ograniczyć ilość używanych foliowych toreb, czy wymienili plastikowe wieczka do kubków z kawą na ich bardziej ekologiczne warianty. Złośliwi tego rodzaju praktyki określają mianem „ekościemy” lub „green washing”, czyli działania, które ma wytworzyć w konsumentach przekonanie, iż dana firma dba o środowisko naturalne i dostarcza usługi czy produkty powstałe z jego poszanowaniem. Najczęściej jednak, jak twierdzą krytycy takich praktyk, powody korporacyjnego aktywizmu są dalekie od miłości do środowiska. W końcu jednak w 2019 r. ekologodzy otrzymali możliwość, by powiedzieć korporacjom: „sprawdzam”.

DYREKTYWA PLASTIKOWA TYLKO NA PAPIERZE

Wiosną 2019 r. Parlament Europejski i Komisja Europejska zatwierdziły przepisy, których celem jest ograniczenie używania jednorazowych produktów z tworzyw sztucznych, tzw. dyrektywę plastikową (Single-Use Plastic Directive). Na liście produktów, które miały zostać zakazane, pojawiły się nie tylko słomki do napojów, ale także niepoddające się recyklingowi pojemniki i kubki czy talerzyki.

Te środki prewencyjne, choć bardzo surowe, są niezbędne. Międzynarodowa Unia Ochrony Przyrody szacuje, że każdego roku do oceanów i mórz trafia 8 ton plastiku, który tworzy ogromne wyspy śmieci, na czele z Wielką Pacyficzną Płamą Śmieci. Ten plastikowy twór został odkryty, nazwany i opisany w 1997 r. Szacuje się, że ma powierzchnię 1,6 mln km kw. Dla porównania – powierzchnia Francji wynosi ledwie 550 tys. km kw.

Dyrektywa miała zacząć obowiązywać od lipca 2021 r. Miała, bo Polska nie zdążyła jej wdrożyć. Ci, którzy zdecydowali się do niej zastosować, robili to dobrowolnie. Wraz z początkiem pandemii producenci opakowań wnioskowali od UE w sprawie możliwości wydłużenia okresu implementacji, jednak Unia nie przychyliła się do tego wniosku. Choć pandemia w równym stopniu dotknęła wszystkie kraje Wspólnoty, także te, którym wspomniane przepisy udało się wdrożyć w całości, nie sposób nie zauważyć, że koronawirus w znacznym stopniu pomógł producentom plastiku.

KŁĘSKA URODZAJU?

Producenci opakowań jednorazowych nie palą się więc do tego, by przystosowywać swoje linie produkcyjne do wytwarzania kubków z trzciny cukrowej. Po pierwsze, dlatego że od początku 2021 r. opakowania, nie tylko te ekologiczne, zaczęły drożeć. Wzrost cen wynosił nawet 15%. Po drugie, okazało się, że są kłopoty z dostępnością materiałów do produkcji oraz z łańcuchami dostaw, które sparaliżował koronawirus.

Po trzecie wreszcie, zapotrzebowanie na jednorazowe opakowania plastikowe rosło w kolejnych miesiącach pandemii, a spadek cen ropy, z którym mieliśmy do czynienia w 2020 r., dodatkowo napędzał popyt na tani surowiec. W efekcie ilość produkowanych w ciągu roku plastikowych odpadów wzrosła w niektórych miastach świata nawet o połowę.

Nie dziwią więc wnioski przedstawione w raporcie „Magazynu Przemysłowego” z 2021 r. pod tytułem „Branża tworzyw sztucznych w cieniu pandemii”. Rynek opakowań, zdaniem autora raportu, poradził sobie z koronawirusem całkiem dobrze, a najmniejsze

straty dotknęły m.in. właśnie producentów opakowań żywności. Dodajmy, że branża ta zużywa 1/3 całego zapotrzebowania na tworzywa sztuczne w Polsce.

KONSUMENTI CHCĄ ZMIAN

Czy pandemia rzeczywiście pokazała nam, iż nie jesteśmy w stanie zrezygnować z plastiku? PricewaterhouseCoopers szacuje, że do 2025 r. branża opakowań będzie musiała zainwestować 20–25 mld zł w rozwój, który pozwoli dostosować się jej do bieżących rozwiązań. Istotną część tej kwoty stanowią inwestycje, które poczynić będą musieli producenci opakowań dla sektora HoReCa. Zmiany te będą jednak konieczne i jeśli nie wymuszają ich przepisy, to zrobią to klienci barów, kawiarni oraz restauracji.

Jednym z głównych trendów, który pojawił się od końca zeszłego roku w wynikach wyszukiwania Google, była tzw. zrównoważona konsumpcja. Wedle Google Trends w 2019 i 2020 r. liczba zapytań o „Alternatywy dla opakowań jednorazowych” („Alternative to single use”) w wyszukiwarce Google wzrosła o 137% w porównaniu z latami 2017–2018. Na liście najbardziej palących problemów związanych z opakowaniami dominują zapytania dotyczące handlu (np. „sklep zero waste obok mnie”). Można się spodziewać, że wkrótce podobne pytania będziemy kierować pod adresem restauratorów. Ci zaś najpewniej dostosują się do oczekiwań gości. Wszak z punktu widzenia właściciela restauracji znaczenie ma przede wszystkim koszt opakowania, który i tak najczęściej przerzucany jest na klienta. Nie ma więc znaczenia, czy lokal będzie oferował schabowego w pudełku z biomasy, czy ze styropianu, o ile oczywiście nie spowoduje to drastycznego wzrostu ceny dania.

W PANDEMII ROSŁO ZAPOTRZEBOWANIE NA OPAKOWANIA Z PLASTIKU

#opakowania

GASTRONOMIA W WALCE Z PANDEMIA

Ograniczenia w dowozie potraw potrafiły przewyciężyć nie tylko restauracje serwujące burgery i pizzę. Z delivery poradziły sobie nawet gwiazdkowe lokale. Zestawy na wynos oferowała Osteria Francescana Massimo Bottury, a Alain Ducasse serwował menu na wynos wprost z paryskiej restauracji Naturaliste.

W Polsce na odtworzenie finediningowego doświadczenia w warunkach domowych zdecydowało się niewiele restauracji, co nie znaczy, że nad Wisłą nie było chętnych do eksperymentowania. Na przykład Vegan Ramen Shop przez chwilę prowadził wysyłkę ramenów przez paczkomaty. Nie była to jedyna potrawa, która jeszcze w 2019 r. była dla wszystkich niewyobrażalna w formie wynosowej. Steki, tatar, a nawet owoce morza zaczęły podróżować w trakcie lockdownu na plecach dostawców jedzenia w całej Polsce. Wciąż jednak często jeżdżą w plastikowych opakowaniach.

Na rynku dostępnych jest wiele typów opakowań wykonanych z alternatyw dla plastiku. Pulpa trzcinowa, bambus czy pulpa papierowa mogą w ograniczonym zakresie stanowić dobry zamiennik dla plastikowych polimerów. Pandemia COVID-19 pokazała jednak, że aby takie alternatywy miały sens, muszą one funkcjonować w ramach zamkniętego obiegu, a więc być przetwarzane i używane ponownie.

Niestety, w Polsce wciąż znacząca większość odpadów jest składowana, nie przetwarzana. Załedwie 57,7% zbieranego w naszym kraju plastiku trafia do powtórnego przetworzenia – wynika z danych fundacji Plastic Europe. Wskaźnik ten prezentuje się jeszcze gorzej, gdy pod uwagę weźmiemy wszystkie typy odpadów. Przetworzeniu poddawanych jest jedynie 27,4% wszystkich śmieci.

REWOLUCJA ALBO ŚMIERĆ?

Wciąż brak szczegółowych badań na temat tego, jak bardzo wzrosła ilość plastikowych odpadów produkowanych w sektorze HoReCa. Możemy się jednak domyślać, że istotna część śmieci, które każdego dnia łą-

W POLSCE WCIĄŻ WIĘKSZOŚĆ ODPADÓW JEST SKŁADOWANA

dują na wysypiskach, pochodzi z restauracji i kawiarni.

Pandemia znacząco przyspieszyła potrzebę wprowadzenia ograniczeń w produkcji i dystrybucji plastiku. Branża HoReCa powinna nie tylko zredukować liczbę produkowanych odpadów. Restauratorzy muszą mieć możliwość zaoferowania swoim gościom tanich i podlegających kompostowaniu lub przetworzeniu alternatyw dla plastiku. Rewolucja jest więc nieunikniona, a jej odwlekanie w czasie

przyspieszy jedynie rozrost kolejnych Plam Śmieci.

Na horyzoncie już mającą nam kolejne niecierpiące zwłoki kwestie: chów klatkowy kur, etyczna hodowla zwierząt rzeźnych i zmiany klimatu, które mogą okazać się początkiem globalnej epidemii głodu. Im szybciej uporamamy się – także jako gastronomia – z kwestią plastiku, tym szybciej będziemy mogli przejść do rozwiązywania pozostałych problemów.

