

Citi tikumi, citas vajadzības

Dzīvesveida maiņa un mobilitāte maina arī to, ko un kā cilvēki ēd – arvien biežāk ļaudis iekož pa ceļam; atkritumu apjoms pieaug, bet iepakojums kļūst videi draudzīgāks.

«Apzinoties, ka daudzi cilvēki maltītei nevar atļauties veltīt pat pārdesmit minūtes laika, restorānos piedāvājam bezmaksas iepakojumu līdzņemšanai. Lido tīklā 2015. gadā pieprasījums pēc ēdiena līdzņemšanai pieauga līdz pat 30%, salīdzinot ar 2014. gadu,» saka Rita Auziņa, Lido valdes priekšsēdētāja. Lido ēdienu piegādes apjomi katru gadu ievērojami aug, tā parādot nopietnu tendenci. R. Auziņa uzskata, ka uzņēmējiem šīs tendences ir jāredz, jāsaprot un attiecīgi jārikojas. Tāpēc pērn vasarā kompānija atvēra jaunas koncepcijas veikalu-kafejnīcu Ķirsons, kas ir īpaši piemērota steidzīgajiem. Vairāki trauki izvēlēti tā, lai mājās ēdiens pat nebūtu jāizņem no iepakojuma pirms pagatavošanas. «Īpaši pievēršām uzmanību tam, lai iepakojums būtu gan funkcionāls, gan vizuāli pievilcīgs. Šobrīd aktuāla tendence ir izvēlēties pēc iespējas videi draudzīgāku iepakojumu, kam cenšamies sekot arī mēs,» viņa saka.

Narvesen veikalos pieprasījums pēc līdzīgi nemamās pārtikas un kafijas šī gada pirmajos četros mēnešos palielinājies par gandrīz 10%, salīdzinot ar šo pašu laika posmu pērn. Lielāko pieprasījuma pieaugumu veido svaigā pārtika, piemēram, sviestmaizes, augļi un dārzeņi, salāti, kā arī kafija un citi dzērieni. «Līdzīgi nemamā kafija pēdējos gados ir kļuvusi arvien iecienītāka ne tikai laika ekonomijas dēļ. Tās baudīšana, pastaigājoties vai braucot transportā, daudziem ir kļuvusi par dzīvesstila sastāvdaļu, secinājām nupat veiktajā Narvesen un SKDS steidzīgo cilvēku dzīvesstila un ēšanas paradumu pētījumā,» atklāj Katrīne Judovica, Narvesen Baltija valdes priekšsēdētāja.

«Ēdienu un dzērienu līdzņemšanas kultūra strauji attīstās, un šī globālā tendence ir skārusi arī Baltiju. Ātrais dzīves un darba temps un nepārtraukta mobilitāte rada «šeit un tagad» attieksmi. No otras puses, ar šīs prasības izpildi vien nepietiek – patērētājs ir izglītots un prasīgs un vēlas augstas kvalitātes produktu,» apstiprina arī Nids Ķuberis (Nidas Kiuberis), Coffee Inn līdzdibinātājs.

Katrs otrais klients Statoil tīklā iegādājas kādu no produktiem līdzīgi nemšanai, informē Statoil Veikala preču un pakalpojumu attīstības direktors Latvijā Gatis Pavārs.

Vietējais un ārvalstu

Narvesen sadarbojas tikai ar sertificētiem iepakojuma ražotājiem, kas tos gatavo atbilstoši ES prasībām, domājot arī par vides ētikas standartu ievērošanu, proti, tiek nodrošināts tāds iepakojums, kas ir atbilstošs saskarei ar pārtiku un labu ražošanas praksi. «Mūsu lielākais sadarbības partneris iepakojuma nodrošināšanā ir Latvijas uzņēmums Multipak, kas EPI maisiņus iepērk no Latvijas ražotāja Polipak, savukārt brūno papīru, kas tiek izmantots Narvesen Fresh&Tasty produktu iepakojšanai, iepērkam no Vācijas. Kafijas krūzītes tiek ražotas Anglijā,» informē K. Judovica.

Savukārt Statoil Latvijā sadarbojas ar VG Kvadra Pak, kas ražo iepakojumus sviestmaizēm un eksportē tos arī citām tīkla Circle K valstīm. Kompānija nodrošina trīsstūrmaizīšu iepakojumu visām Skandināvijas un Baltijas valstu degvielas uzpildes stacijām. «Katrai valstij, protams, ir savas īpatnības, bet mūsu gadījumā šī daļa, ko nodrošina Latvijas ražotājs, ir būtiska,» saka G. Pavārs.

Arvien draudzīgāk

Runājot par to, kā mainās līdz- ņemšanai domātais iepakojums un kādi faktori to veicina, G. Pavārs norāda, ka kompānija, pirmkārt, domā par cilvēku ērtībām. Tas ir iemesls, kāpēc Statoil, piemēram, sāka piedāvāt kafiju krūzītē ar dubultajām sienām. Viena no kompānijas prioritātēm ir draudzīgums videi. «Katram no produktiem meklējam iepakojumu, kas būtu pārdomāts, videi draudzīgs, praktisks un ar savu, atšķirīgu dizainu,» viņš stāsta. Lielākā daļa no Statoil iepakojumiem, piemēram, sviestmaizēm un kafijai, ir no īpaša kartona, kas, nokļūstot vidē, sadalās. G. Pavārs gan teic, ka pagaidām vēl nevar runāt par 100% videi draudzīgiem iepakojumiem, bet kompānija aktīvi meklē jaunus risinājumus. Piemēram, ražotāji šobrīd strādā pie alternatīva kafijas vāciņa materiāla. Vēl viena iniciatīva, ko kompānija ievieš jau pirms vairākiem gadiem, ir plastmasas maisiņu skaita samazināšana. Uzpildes stacijās tie ir, taču pieejami par papildu maksu un nav klientiem acīm redzamā vietā, turklāt nesen sāka arī papīra maisiņu piedāvāšana. «Iepakojuma maiņu lielā mērā ietekmē divi «vaļi» – ES regulas un pircēju attieksme un izvēle. Šobrīd redzam pozitīvu virzienu kļūt zaļākiem un videi draudzīgākiem. To ietekmē gan ekonomiskā situācija, iedzīvotāju labklājība un maksātspējas uzlabošanās, gan informētība un tas, ka cilvēki kļūst ziņošāki vides jautājumos,» saka K. Judovica. Pēdējos gados Narvesen videi draudzīgo iepakojumu izvēle gada griezumā pieaug vidēji par 10%. Daļa no Coffee Inn vienreizējās lietošanas traukiem ir 100% pārstrādājami, bet kartona krūzītes karstajai kafijai daļēji sastāv no kartona (aptuveni 90%) un daļēji – no plastmasas. Tās pārklātas ar plastmasas vai vaska kārtu, lai padarītu krūzīti izturīgāku un dzēriens saglabātu siltumu. Šis kartona krūzītes nav 100% pārstrādājamas, bet ir tam pielāgojamas ar atbilstošām iekārtām. «Bez šaubām, vēlamies meklēt «zaļākus» risinājumus un sniegt savu ieguldījumu apkārtējās vides uzlabošanā. Taču jāsaprot, ka šis ir komplicēts process, kurā vēlme un apņemšanās ir jāizrāda visām iesaistītajām pusēm. Arī pašlaik tirgū ir pieejamas 100% pārstrādājamas krūzītes, taču tās ir divas līdz trīs reizes dārgākas. Vai arī patērētāji ir gatavi iesaistīties, maksājot par savu kafiju vairāk? Ir skaidrs, ka brīvā tirgus konkurences apstākļos kafijas tirgotāji vieni paši nebūs spējīgi segt šīs ievērojamās papildu izmaksas,» spriež N. Ķuberis. Lai šo jautājumu atrisinātu, ir jābūt vienotai pieejai no kafijas tirgotājiem, krūzīšu ražotājiem un pašvaldībām. Ir vajadzīgas atbildes uz vairākiem jautājumiem – vai būs infrastruktūra šo krūzīšu pārstrādei, kurš tās savāks un nogādās uz pārstrādi, vai pārstrādes iekārtas derēs visiem krūzīšu veidiem.

Bojā skatu

«Cilvēku dzīves kvalitātes uzlabošanās un ienākumu pieaugums nes līdzīgu atkritumu apjoma palielināšanos. Dižķibeles laikā poligonos noglabāto atkritumu apjoms bija mazāks kā ekonomikas izaugsmes laikā. Brīdī, kad cilvēkam pieaug ienākumu līmenis un parādās lieka nauda, viņš zināmā mērā kļūst par gardēdi un ir nedaudz slinkāks, piemēram, necep mājās

kartupeļus, kam pēc būtības iepakojuma nav, bet pērk veikalā suši vai pasūta uz mājām, tie ir iepakoti kārbīnā, līdz ar to automātiski nes līdzī iepakojuma apjoma pieaugumu,» saka Jānis Lapsa, Zaļā josta valdes priekšsēdētājs. Vaicāts, vai būtu jāsatraucas par to, ka līdz ar paradumu maiņu pieaug līdzņemamā iepakojuma izmantošana, J. Lapsa atbild apstiprinoši. «Paskatieties uz to, kas notiek ceļmalās – tās ir pilnas ar vienreizlietojamām kafijas krūzītēm! Varam teikt, ka tās sadalīsies, bet tas prasīs vismaz gadu un šajā laikā bojās skatu, turklāt tām ir plastmasas vāciņš, kas dabā nesadalās. Pieaugot ātrās ēdināšanas un līdzņemamās pārtikas segmentam, ievērojami palielinās arī atkritumu apjoms apkārtējā vidē,» viņš raizējas un uzsver, ka izmaiņas sākas ar katru individu, kurš atkritumus izmet tam paredzētajā vietā. Ilgtermiņā kaitējumu videi var samazināt, vēl lielāku uzmanību pievēršot sabiedrības izglītošanai, kā arī maksimāli jācenšas pāriet uz videi draudzīgu iepakojumu – papīru, koku, biopolimēriem u.c. J. Lapsa piebilst, ka līdz ar vienreizējiem traukiem atkritumos nonāk arī pārtikas atliekas, kas apgrūtina iespējamo pārstrādi. «Ja ir alus stends, tiek dzerts no viena veida plastmasas glāzītēm, tās tiek mestas vienā konkrētā vietā un tur nenonāk nekas cits, ir iespējams to visu sapresēt un nosūtīt pārstrādei. Taču parasti atkritumos nonāk gan alus krūzes, gan šķīvīši ar ēdiena atliekām. Tomēr arī atkritumus, ko nevar pārstrādāt, iegūstot sākotnējo materiālu, var pārstrādāt kurināmajā, kas vēlāk tiek sadedzināts un tādējādi aizvieto pirmreizējo kurināmo,» viņš stāsta.

Avots: Laikraksts "Dienas bizness", Anda Asere, 2016. gada 17. maijs