

## **PASAULES IEPAKOJUMA ORGANIZĀCIJAS ĢENERĀLSEKRETĀRS DR. JOHANNES BERGMAIRS PAR AKTUĀLO IEPAKOJUMA NOZARĒ**

**Pasaules Iepakojuma organizācijas ģenerālsēkretārs Dr. Johannes Bergmairs (*Johannes Bergmair*) aprīlī apmeklēja Rīgu sakarā ar semināru “Ilgspējīgs iepakojums: no dizaina līdz pārstrādei” un sniedz interviju nacionālās informācijas aģentūrai LETA.**

*Rīga, 13.04.23.*

**Vai jums ir dati par to, kādu daļu no kopējā atkritumu apjoma Eiropā veido iepakojums? Kādi iepakojuma veidi dominē?**

Tas nav viegli atbildams jautājums, jo šādas statistikas īsti nav. Tomēr aplēses var mēģināt secināt no datiem par kopējo atkritumu daudzumu, un pēc mūsu aprēķiniem iepakojuma īpatsvars kopējā atkritumu svarā veido 4 % līdz 10 %.

**Savukārt, runājot ar vietējiem atkritumu pārstrādes uzņēmumiem, rodas iespaids, ka tieši iepakojums ir lielākā atkritumu daļa.**

Tas tādēļ, ka publiskajās diskusijās, ja mēs runājam par atkritumiem, tad galvenokārt runājam par iepakojuma atkritumiem. Ja runājam par mājsaimniecību atkritumiem, tad iepakojums tiešām veido lielāko daļu no atkritumiem, varbūt ne svara ziņā, bet apjoma ziņā noteikti. Pudeles, skārdenes, kārbas un ietinamais iepakojums, – šie atkritumi nav smagi, bet apjoms ievērojams. Protams, iepakojums kļūst efektīvāks, jo ar mazāk materiāla var panākt gan funkcionalitāti, gan mārketinga efektu. Tomēr kopējais iepakojuma apjoms ir liels, un tā ir problēma.

**Vai pēdējos gados ir jūtamas izmaiņas iepakojuma daudzumā?**

Tā noteikti ir taisnība, ka iepakojuma atkritumu kļūst mazāk un mazāk, taču es negribētu teikt, ka samazinās problēmas, un šajā jomā nebūtu jārikojas. Pat, ja iepakojums nav lielākā atkritumu daļa, tā ir ļoti nozīmīga problēma, kas prasa risinājumus un rīcību. Lai gan iepakojuma atkritumu apjoms ar katru gadu samazinās, mainās arī patērētājs, mainās sociālā struktūra, ģimenes kļūst mazākas. Tas nozīmē, ka pārtikas produktus, dzērienus nav jāiepako tik lielā iepakojumā kā kādreiz. No otras puses, lai gan iepakojuma vienību skaits palielinās, nav jēgas turpināt dzērienus vai pārtiku iepakot tik lielās pudelēs vai kārbās kā agrāk, jo tas savukārt vairotu pārtikas izmešanu.

**2022. gada novembrī Eiropas Komisija ierosināja pārskatīt iepakojuma un iepakojuma atkritumu direktīvu. Pārskatīšanas mērķis ir panākt, ka līdz 2030. gadam viss iepakojums Eiropas Savienības (ES) tirgū būtu pārstrādājams ekonomiski izdevīgā veidā. Ko tas nozīmēs Eiropas iepakojuma ražotājiem un importētājiem?**

Ražotājiem būs lielas pārmaiņas ļoti īsā laikā. Laika grafiks ir ļoti saspringts un šķiet pat gandrīz neiespējams. Tas nozīmē, ka ražotājiem būs jāmaina iepakojuma sistēma un daudzas ražošanas līnijas, kā arī jānomaina daudzas materiālu piegāžu ķēdes. Dažiem iepakojuma materiāliem Eiropā jau ir salīdzinoši laba otrreiz pārstrādājama materiāla plūsma, piemēram, atsevišķās ES valstīs ir labas papīra un stikla otrreizējā pārstrāde. Tomēr attiecībā uz plastmasas iepakojumu ir citādi, jo jauns plastmasas materiāls joprojām ir ļoti lēts. Attiecībā uz plastmasu ir pat vairākas reizes lētāk izmantot jaunu plastmasas iepakojumu kā izmantot otrreiz pārstrādātu materiālu. Tas nozīmē, ka materiālu piegādei būs jāmaina piegāžu ķēdes, meklējot citus risinājumus. Turklāt situācija šajā jomā ļoti atšķiras ES valstīs, pat vienas valsts reģionos, – piemēram, situācija Ziemeļitālijā atšķiras no situācijas Dienviditālijā. Tās būs Eiropas ražotājiem lielas izmaiņas un izaicinājums mainīt piegāžu plūsmas.

Attiecībā uz materiālu importētājiem arī gaidāmas ļoti lielas pārmaiņas. Mēs, Pasaules Iepakojuma organizācijā, daudz runājam ar sadarbības partneriem, mūsu biedriem Āfrikā, Āzijā un Dienvidamerikā. Viņiem iespējami lieli šķēršļi, īpaši Āfrikas partneriem. Viņi pēdējo gadu laikā ļoti daudz darījuši

produktu iepakojuma jomā, lai eksportētu uz ES. Tas ir būtiski šo valstu ekonomikai, taču līdz ar jaunās Regulas stāšanās spēkā viņi vienā mirklī būs izslēgti no spēles un Eiropas tirgus. Ir pilnīgi nereāli, ka tuvāko gadu laikā viņi spētu izpildīt jaunās ES prasības, kas nozīmē automatisku izslēgšanu no tirgus. Tas ir politisks jautājums, bet es neesmu politiķis, lai pateiktu, vai tas ir labi vai nē. Arī iepakojumu nozarē mēs diskutējam, vai notiekošais aizsargās Eiropas tirgu. Manuprāt, tirdzniecībā ir jāsadarbojas un vairāk jāsastrādā, lai dažādās barjeras nojauktu nevis celtu.

### **Minējāt, ka laika grafiks ir ambiciozs. Vai Eiropas ražotāji būs tam gatavi?**

Nē, nedomāju. 2030. gads ir pārāk ambiciozs mērķis. Jāatzīmē, ka ES dalībvalstīs situācija atšķiras. Es nāku no Austrijas, kur, piemēram, papīra un stikla otrreizējā pārstrādē mērķus sasniegt būs viegli, jo mēs tos sasniedzam jau tagad. Tāda pati situācija ir arī daudzās citās ES valstīs, bet vienlaikus daudzās Austrumeiropas un Centrāleiropas valstīs nav infrastruktūras stikla un papīra savākšanai. Taču tas nav tikai jautājums par Austrumeiropas un Centrāleiropas valstīm. Piemēram, Austrijā mums bijusi atšķirīga stratēģija plastmasas pārstrādei pēdējos divdesmit trīsdesmit gadus. Mēs pārstrādājam tikai to plastmasu, kas ir izdevīga otrreizējai pārstrādei, piemēram, PET, bet pārējā tiek sadedzināta enerģijas ieguvei, piemēram, cementa rūpnīcās. Šī stratēģijā tagad būs krasi jāmaina. Visi kā viens uzskata, ka ierosinātos mērķus neizdosies sasniegt, un Austrijā par atkritumu savākšanu un pārstrādi atbildīgās amatpersonas jau tagad rēķinās, ka vismaz pirmos gadus būs jāmaksā soda naudas par mērķu neizpildi.

### **Regulas mērķi ietver arī liekā iepakojuma un dažu nevajadzīgu iepakojumu veidu ierobežošanu, kā arī atkārtotas izmantošanas un uzpildes sistēmu atbalstīšanu. Cik liela problēma tā ir šobrīd?**

Tas ir labs jautājums, jo reti kurš zina, ka prasība samazināt iepakojumu līdz absolūti nepieciešamajam minimumam ir jau ietverta esošajā iepakojuma direktīvā kopš 1994. gada. Kāpēc nedarbojas? Tāpēc, ka neviena dalībvalsts faktiski nerīkojas šajā jautājumā. Spēkā esošajā direktīvā un Eiropas standartos jau ir iekļauta metodika, kā aprēķināt minimālo vajadzīgā iepakojuma materiālu daudzumu. Šādas juridiskās prasības jau pastāv, bet neviens gadu desmitos nav rīkojies.

Atgriežoties pie jautājuma, jā, nevajadzīgais, liekais iepakojums ir problēma, bet, es gribētu domāt, tomēr tā nav tik liela kā otrreizējās pārstrādes plūsmu palielināšana un darboties spējīga biznesa modeļa izveide plastmasas otrreizējai pārstrādei, lai novērstu, ka jauna plastmasa iepakojuma izmantošana ir daudzreiz lētāka kā otrreizēji pārstrādāts materiāls.

### **Jaunās regulas prasības īstenībā nozīmēs, ka uzņēmumiem mārketinga būs jāveido citādāk, lai piesaistītu patērētāju uzmanību savām precēm veikalos. Vai ražotāji jau šobrīd par to domā, jau tagad ievieš kādas prasības, vai šajā jomā pagaidām ir "klusums"?**

Tas ir sarežģīts jautājums. Ja runājam par iepakojumu un tā saukto lieko iepakojumu, tad liekais iepakojums galvenokārt ir gadījumos, kad iepakojums pilda ne tikai aizsardzības funkciju konkrētai precei, bet arī mārketinga funkciju. Tas ir kā iesaiņot dāvanu, un, protams, šajā gadījumā mēs varam diskutēt, cik tas nepieciešami un lietderīgi. Ja mums visiem būtu vienāds apģērbs, tikai lina krekli, vai ar to pietiktu? Mēs gērbjamies dažādi, jo gribam būt atšķirīgi, tādā veidā parādot savu personību. Tāda ir arī iepakojuma funkcija.

Protams, mēs varam diskutēt, cik daudz un kāda veida iepakojums nepieciešams, bet kur ir robežas? Tā tiešām ir juridiska problēma, kā definēt, kas ir lieks iepakojums un kas nav, un kur paliek mārketinga aspekts. Šajā regulas projektā ir redzamas tendences ierobežot un pat atstāt novārtā iepakojuma mārketinga funkciju, jo, ja viss izskatās vienādi, tad tas ir pietiekami labi. Es, protams, kā iepakojuma biznesā esošs cilvēks, par to neesmu sajūsmā un domāju, ka tas sabiedrībai labumu nenesīs. Uzskatu, ka iepakojuma mārketinga funkcijai, kas īstenota kā komunikācija ar patērētāju par precī, ir izglītojoša un informējoša loma, tā ir ļoti svarīga, un to nevajadzētu pazaudēt vai no tās atteikties. Ja šo informējošo funkciju samazinās līdz minimumam, nedomāju, ka pasaule kļūs labāka. Protams, šajā jautājumā jāmeklē vidusceļš, lai iepakojuma mārketinga funkcijas netiktu pārlieku samazinātas un

ierobežotas, kā arī neatstātu ietekmi uz vidi. Nedomāju, ka šajā jautājumā pareizais ceļš ir visu iepakojumu vienādošana, neatļaujot izmantot kādas konkrētas formas vai krāsas...

### **Jūs tomēr piekrītat tam, ka daudzas preces varētu iztikt bez iepakojanas? Vai katrs zīmulis, pildspalva vai desa jāiepako atsevišķā iepakojumā?**

Tas ir sarežģīts jautājums. Piemēram, Covid pandēmijas laiks. Iepakojuma nozarē es strādāju jau 25 gadus, un pirmo reizi Covid laikā diskusijas par iepakojumu un vidi tika pilnībā izbeigtas. Atsevišķos iepakojumos tika iepakots viss iespējamais, lai būtu higiēniski un vīrusu droši. Covid ārpriekš ir beidzies un atkal mēs esam pretējā diskusijā par iepakojumu un ietekmi uz vidi. Skaidrs, ka patiesība ir kaut kur pa vidu. Pat, ja jūs ražojat zīmuļus, ekskluzīvus zīmuļus, tad jūs kā ražotājs gribat būt drošs, ka prece pie patērētājā nonāk nevainojamā stāvoklī. Ja gribat, lai prece ir nesaskrāpēta, bez trūkstošām detaļām un labā kvalitātē, tad tā attiecīgi jāiepako. Tādēļ, manuprāt, attiecībā uz iepakojumu diskusija nav jāvirza, vai iepakojums ir labs vai slikts, bet vairāk virzienā, cik daudz "komunikācijas" ar iepakojumu sabiedrībai vajadzīgs un cik daudz nē. Ja šajā diskusijā varam nonākt pie kopsaucēja, tad arī atradīsim piemērotu iepakojuma formu un veidu.

### **Regulas priekšlikums arī paredz, ka otrreizējas pārstrādes materiāli jāievieš visiem iepakojuma veidiem. Kā raugāties uz šo prasību?**

Jau šobrīd pastāv daži izņēmumi, piemēram, uz farmācijas produktiem šīs prasības neattiecas. Ja runājam par otrreizējai pārstrādei paredzētu iepakojumu, tad domāju, ka lielākais šķērslis šobrīd ir plastmasas pārstrāde. Praktiski jebkurās diskusijās par otrreizēju pārstrādi mēs nonākam tieši pie plastmasas pārstrādes. Taču arī papīra pārstrādei ir zināmas robežas, tomēr papīrs ir organisks materiāls, ko var pārstrādāt 20, pat 30 reizes, bet materiāla šķiedras kļūst īsākas, līdz to vairs nevar izmantot iepakojumam, varbūt vēl vienu vai divas reizes var materiālu izmantot kādam citam nolūkam, bet tad arī viss. Ja runājam par organiskiem materiāliem, tad mēs tiem nekad nevarēsim nodrošināt nebeidzamu pārstrādes ciklu. Savukārt stiklu un metālu tiešām var pārstrādāt bezgalīgi, bet tomēr arī jautājums par piesārņojumu katrā otrreizējā pārstrādē, pievienojot vēl savāktos materiālus, turklāt tiek patērēti energoresursi katrā pārstrādes reizē. Vienmēr jāapzinās, kā arī jārēķina šie aspekti. Otrreizējai pārstrādei ir liela nozīme, taču tie nav tikai vides jautājumi, bet arī daudzi citi aspekti.

### **Šobrīd diskusijas par regulu ir tikai sākušās, vai varat prognozēt, kā nozare izskatīsies pēc regulas pieņemšanas, piemēram, 2035.gadā?**

Es domāju, ka iepakojuma nozarei ir jāiemācās un tā iemācīsies domāt cikliskāk. Ar to domāju, ka uzņēmumiem jāiemācās ne tikai laist tirgū jaunus materiālus, bet arī daudz aktīvāk veidot materiālu savākšanas un pārstrādes sistēmas. Eiropā ne tik ļoti, bet daudzās citās valstīs tā ir ļoti aktuāla problēma. Piemēram, nesen biju Brazīlijā, kas salīdzinājumā ar Dienvidamerikas valstīm ir ļoti labi organizēta. Bet arī Brazīlijā nav spēcīgas valsts struktūras. Viņiem ir jāstrādā pie savākšanas sistēmas izveides, atšķirībā no Eiropas, kur pakalpojums ir publiskā sektora pārziņā.

Arī daudzi uzņēmumi, īpaši pārtikas mazumtirdzniecības ķēdes, iesaistās šajā atkritumu savākšanas procesā. Piemēram, pārtikas mazumtirgotāji arvien vairāk pievēršas e-komercijai, tostarp, domāju, ka mēs nonāksim pie tādiem risinājumiem, ka kompānijas ne tikai piegādā preces mājsaimniecībām, bet apvieno ar lietu savākšanu no mājsaimniecībām, piemēram, vērtīga materiāla, papīra, plastmasas savākšanu un nogādāšanu pārstrādes rūpnīcām. Tas mainīsies un, domājams, ka daži no biznesa modeļiem pazudīs, jo nespēs pielāgoties jaunajam regulējumam. Ja izmantotos tādas materiālu kombinācijas, kas tiešām nav pārstrādājamas, tad pēc 2035. gada tās izzudīs.

### **Jūs jau minējāt e-komerciju, kas tiešām piedzīvoja lielu izaugsmi pandēmijas laikā. Kā tas ietekmējis iepakojuma jomu, jo šķiet, ka e-komercijā nav tik svarīgs iepakojums un izskats?**

Iepakojuma nozīmi e-komercijā nevajadzētu novērtēt par zemu. Protams, tas ir savādāk kā preces izvēlē lielveikalā, kur pircējs nereti vīna pudeli izvēlas tikai pēc izskata. E-komercijā preces izvēle lielākoties

notiek pēc interneta attēliem, taču patērētājam tomēr ir ļoti svarīgs tas mirklis, kad precīši saņem mājās un izpako. Arī tad iepakojumam jābūt funkcionālam, ērtam un skaistam.

**Tomēr jūtama arī tendence, ka patērētājiem vajag ekoloģisku, videi draudzīgu iepakojumu, ne tik daudz krāsas un formas. Vai šī tendence jau ir vadošā?**

Tas ir ļoti svarīgi. Tirgotāji no patērētājiem jūt spiedienu un prasību samazināt iepakojuma daudzumu un iepakojuma materiālu apjomu. Tas ir spēcīgs virzītājspēks izmaiņām. Iepakojuma nozare uz šo spiedienu reaģē, jo pēdējo gadu laikā cītīgi strādā pie dažādiem risinājumiem un materiālu otrreizējās pārstrādes iespējām. Otrreizējās pārstrādes nodrošināšana ir galvenais mērķis šobrīd.

**Kādas tendences industrijā kopumā šobrīd var novērot, ja atvirzāmies no jautājuma par jauno EK priekšlikumu Regulai par iepakojumu un izlietoto iepakojumu?**

Es gribētu teikt, ka “vilciens” par materiālu pārstrādājamību brauc diezgan strauji. Pie šī jautājuma strādā visi. No vienas puses – strādā pie materiāliem un to sastāva, no otras puses, – ir komunikācija un mārketingš. Ja arī neesi pats “zaļākais” šajā jomā, tad tomēr gribi radīt iespaidu, ka par šo aspektu ļoti piedomā. Arī pie plastmasas pārstrādes procesiem tiek strādāts ļoti daudz, pie risinājumiem plastmasas apjoma samazināšanai, un, ja tomēr tiek izmantota plastmasa iepakojumam, tad mēģina materiālu veidot nelīdzīgu plastmasai. Tas ir diskutabli. Attiecībā uz plastmasu ir daudz risināmu problēmu, taču nedomāju, ka, to aizliedzot vispār, mēs atrisināsim problēmas. Mums jāatrod veids, kā plastmasu izmantot atbildīgi, kā iespējami labāk savākt un otrreizēji pastrādāt.

*Avots: LETA 2023. gada 13. aprīlis*