

# PRÍSNEJŠIE PRAVIDLÁ PRE VÝROBCOV OBALOV? PREMENY OBALOV K RECYKLOVATEĽNOSTI A OBEHOVOSTI I.

Európsky parlament v apríli 2024 formálne prijal predbežnú dohodu návrhu nariadenia Európskeho parlamentu a Rady o obaloch a odpade z obalov, o zmene nariadenia (EÚ) 2019/1020 a smernice (EÚ) 2019/904 a o zrušení smernice 94/62/ES. To v prípade schválenia prinesie pre výrobcov obalov prísnejšie pravidlá a špecifické ciele.

Mgr. Mária Trošanová, PhD., environmentálna špecialistka, NATUR-PACK, a. s.

Uplatňovať sa bude na všetky obaly uvedené na trh v Európskej únii a na všetok odpad z obalov bez ohľadu na druh obalu alebo použitý materiál. Výrazne však dominujú plastové obaly, obmedzenie uvádzania na trh pre konkrétne druhy jednorazových plastových obalov, znižovanie spotreby, minimalizácia obalov, požiadavky na recyklovaný obsah vo výrobku, či opätovné použitie a naplnenie obalov. Plastový obal je podľa preambuly nariadenia „materiálom s najvyššou uhlíkovou náročnosťou a z hľadiska využívania fosílnych palív je recyklácia plastového odpadu približne päťkrát lepšia než spaľovanie s energetickým zhodnocovaním“.

Obaly sa vyrábajú z rôznych druhov materiálov. Aj na jednotnom európskom trhu môžu byť požiadavky na obal rôzne. Jednoduchým príkladom je rozlíšenie zálohovaného obalu v jednotlivých štátoch prostredníctvom špecifických označení až po rozdielne balenie toho istého výrobku na základe napr. odlišných klimatických podmienok. Typickým predstaviteľom je papierový obal na vajička, ktorý v krajinách s vyššou vlhkosťou je nevhodným materiálom.

Výrobcovia obalov v zmysle rozšírenej zodpovednosti výrobcu, ktorú zaviedla odpadová legislatíva, sú prevažne spoločnosti, ktoré výrobok zabalia či naplnia do obalu, spoločnosti, ktoré si výrobky nechajú zabaliť alebo naplniť pod svojou obchodnou značkou, do prázdnych obalov zabalia výrobok, prípadne dovezuť zo zahraničia tovar v obale, alebo výrobcovia prázdnych obalov, ktoré putujú k spotrebiteľovi.

Obaly v zmysle rozšírenej zodpovednosti výrobcu by mali byť opätovne použiteľné tam, kde to ide a ideálne recyklovateľné, príp. inak zhodnotiteľné. To ďalej súvisí s informovaním občana o zložení obalov, jeho označením a možnosťami zabezpečenia nakladania s odpadmi z obalov. V praxi to znamená, že spotrebiteľ má kam po použití obal vyhodiť, nakoľko výrobca platí triedený zber v mestách a obciach prostredníctvom organizácie zodpovednosti výrobcu. Podstatnou súčasťou je dizajn obalu, aby výrobca v celom životnom cykle predišiel plytvaniu materiálu a zachoval zdroje v obehú čo najdlhšie za spolupráce občana spotrebiteľa, ktorý obal správne vytriedi do zbernej nádoby.

## Ako sa má výrobca v zmenách zorientovať a na čo sa praviť?

Návrh nariadenia o obaloch nie je prvým „dokumentom“ ku ktorému sa budú musieť v prípade úplného schválenia postaviť výrobcovia čelom. Tieto zmeny prichádzajú v určitých intervaloch, akurát tie posledné a výrazne ambiciózne zmeny sú predstavované v kratších intervaloch. Sú viac konkrétne a s výraznejším ekonomickým dosahom. Protihodnotou má byť udržateľnosť obalov v obehú, vyššia recyklácia, životné prostredie bez toxických látok, šetrenie prírodných zdrojov, informovanosť a obmedzenie uvádzania na trh nerecyklovateľných obalov a jednorazových plastových obalov. Príkladom sú jednorazové plastové obaly, ktoré slúžia na zabalenie menej ako 1,5 kg ovocia alebo zeleniny či jednorazové plastové hotelové balenia kozmetiky.

Pre takéto obaly existuje alternatíva a je ich možno vyradiť z obehú bez obmedzenia komfortu spotrebiteľa.

## POŽIADAVKY NA UDRŽATEĽNOSŤ Recyklovateľnosť obalu

Zmeny si spotrebiteľia mohli všimnúť u polystyrénových táčok pri chladených mäsových výrobkoch, ktoré boli postupne zamenené za tácky polypropylénové alebo z polyetylétereftalátu. Obdobne pri menu boxoch v reštauračných prevádzkach. Napríklad na polievku, ako je znázornené na obrázku.

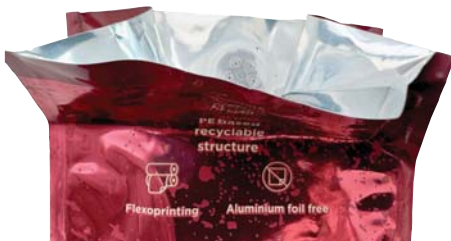


U obalov, ktoré kombinovali viac druhov oddeliteľného materiálu napríklad papier a plast prišlo k zjednoteniu materiálu a teda odstráneniu bariér v recyklácii. Týka sa to napríklad kozmetických vreckoviek.





Obaly na vatové tyčinky, prvotne z plastu prešli do kombinácie papier a plastový vrchnák až po súčasnú čistú papierovú verziu. Na obrázku je príklad, vatových tyčiniek zabalených len v papierovej krabičke a v celoplastovom obale, ktorý je vyrobený s vysokým percentom recyklovaného plastu.



Pri niektorých kompozitných obaloch došlo k podstatným zmenám a zámienam materiálov na jednodruhový pre zlepšenie možností recyklácie. Pre nenáročného spotrebiteľa však vizuálna zmena neprebíhala a rozpoznáť sa to dá len na základe označenia. V budúcnosti však dostal obal šancu byť naďalej uvádzaný na trh, nakoľko sa dá vyzbierať v rámci triedeného zberu a je možné ho ako monomateriál recyklovať. Predstavy o tomto type obalu sa dajú zhmotniť cez obaly od kávy a chipsov. Pôvodne balené do plastového obalu s vnútornou hliníkovou vrstvou, prípadne nástrekom. Súčasnou alternatívou je jednodruhový polyetylénový obal.

Zmenou si prešla aj obálka s ochrannou bublinkovou fóliou na vnútorných stenách. Pôvodný LDPE materiál bol vymenený za papierovú alternatívu.

## Minimálny obsah recyklovanej zložky v plastových obaloch

Výzvou pre výrobcov potravinových obalov v zmysle navrhovaného nariadenia ostáva zvýšenie obsahu recyklovanej zložky v plastových obaloch, nakoľko pre materiály určené na styk s potravinami platia prísnejšie pravidlá. Túto povinnosť už zaviedla smernica o znižovaní vplyvu určitých plastových výrobkov na životné prostredie pre nápojové fľaše z polyetylentereftalátu (PET) od 2025 a pre všetky plastové nápojové fľaše od 2030 a nariadenie rozširuje rozsah obalov v ktorých je potrebné obsiahnuť minimálny obsah recyklovanej zložky zo zhodnoteného spotrebiteľského plastového odpadu. V súčasnosti je pre nápojové fľaše jedinou vhodnou recyklačnou technológiou, ktorú možno použiť na získavanie recyklovaného plastu pre nápojové fľaše, mechanická recyklácia spotrebiteľského PET odpadu. Plasty, ktoré vznikajú pri použití chemických recyklačných technológií nemožno odlišiť od prvotných surovín v dôsledku čoho ich do výpočtu o obsahu recyklovaného plastu v jednorazových plastových nápojových fľašiach nemožno započítať.

*Pokračovanie článku v ďalšom čísle.*



Počas pandémie sme boli svedkami agresívneho správania niektorých nakupujúcich, ktorí si svoju frustráciu ventilovali aj na personáli predajní. V niektorých prípadoch zasahovala dokonca polícia. Žiaľ, aj dnes sú zákazníci prchkejší a vznetlivejší ako v minulosti, majú posunutú hranicu tolerancie diskomfortu oveľa nižšie. Hoci v obchodoch pracujú aj predavači, predovšetkým v tradičnom maloobchode je vyše 80 % žien – predavačiek. Pracujú s hotovosťou, majú hmotnú zodpovednosť a tiež manažérske povinnosti. Ich náplňou práce nie je teda riešiť správanie hulvátov, zlodejov a vypovedať na políciu.

Pracovníci v obchode boli počas pandémie doslova v prvej línii a najmä na vidieku sa ukázalo, ako sú extrémne dôležití. Čelili vysokému tlaku, neistote a zároveň i ohrozeniu zdravia, keďže prichádzali do styku s potenciálne infikovanými zákazníkmi. V ZO SR sme na to upozorňovali a žiadali sme, aby sa maloobchod stal súčasťou kritickej infraštruktúry, keďže zásoboval obyvateľov potravinami aj počas lockdownu. Alebo aspoň získal zvýšenú ochranu.

Myslím si, že dostupnosť potravín by mala byť legislatívne ukotvená ako služba vo verejnom záujme a na to by mali nadväzovať ďalšie legislatívne úpravy. V tejto súvislosti stojí za úvahu posilniť vnímanie dôležitosti práce v maloobchode aj udelením štatútu chránenej osoby pre predavačky / predavačov. Tým by sa zvýšila ochrana ich práv a sprísnila sa tresty pre tých, ktorí by ich ohrozovali.

Našťastie personál maloobchodu sa nemusí s agresormi vyrovnávať denne. Verím, že tento negatívny kultúrno-spoločenský fenomén bude minulosťou ako pandémia. Napokon obchod plní stále aj sociálnu funkciu, čiže spája a vytvára vzťahy. Najmä na vidieku sa ľudia navzájom poznajú a nevhodné správanie medzi sebou netolerujú.

Do popredia sa ale dostáva téma vzťahu zamestnanec a zamestnávateľ. Nie je to iba transakčný vzťah založený na mzde, bonusoch či spomínanej ochrane. Ľudia v retaile nie sú iba nákladová položka. Zamestnanci musia vidieť, že si ich prácu firma váži a že sú jej súčasťou. Potom budú podávať skvelé výkony a prenášať dobrú náladu aj na zákazníkov.

**JUDr. Filip Kasana,**  
prezident Zväzu obchodu SR