



Evropejci smo med embalažami izbrali papir

Europeans chose paper as the packaging material of choice

It has taken the printing and paper industry many years to dispel false myths about the impact of paper on deforestation and to raise consumer awareness about the sustainable environmental impact of paper. The results of last year's TrendTracker survey, which was carried out by the sustainability initiative Two Sides Europe, clearly showed that consumers in Europe are in favour of paper and cardboard packaging, as they attach great importance to eco-friendly materials.

Tiskarska in papirna industrija je potrebovala dolga leta, da je razblinila neresnične mite o vplivu papirja na krčenje gozdov in ozaveščala potrošnike o trajnostnem vplivu papirja na okolje. Rezultati raziskave TrendTracker iz lanskega leta, ki jo je izvedla trajnostna iniciativa Two Sides Europe, so jasno pokazali, da so potrošniki v Evropi naklonjeni embalaži iz papirja in kartona, saj pripisujejo velik pomen ekološkim materialom.

Raziskava TrendTracker je preučevala spreminjajoče se dojemanje o tisku, papirju, papirnati embalaži in higienskih izdelkih. Two Sides je anketiral več kot 10 000 ljudi v 16 državah. Predstavili so rezultate preferenc in pogledov potrošnikov na proizvodnjo papirja in izdelkov iz papirja, kartona in valovitega kartona. Generalni direktor Two Sides Europe Jonathan Tame povzema rezultate študije: »Ko gre za različne vrste embalaže, potrošniki v Evropi dajejo prednost izdelkom iz papirja in kartona predvsem zaradi njihovih pozitivnih okoljskih dejavnikov.«

V primerjavi z drugimi embalažnimi materiali je raziskava pokazala, da sta papir ali karton pri potrošnikih na prvem mestu v 10 od 15 kategorij. Posebej visoko so bili ocenjeni

okoljski dejavniki: 76 odstotkov vprašanih je dalo prednost papirni embalaži zaradi njegove biološke razgradljivosti in možnosti za kompostiranje, v Avstriji celo 86 odstotkov, 55 odstotkov pa jih je na prvo mesto postavilo prijaznost do okolja nasploh. Za 49 odstotkov vprašanih je bil pomemben tudi nezapleten sistem zbiranja in recikliranja embalažnih materialov.

Rezultati raziskave potrjujejo, da potrošniki nadpovprečno cenijo ekološko embalažo, predvsem zaradi lastnosti, kot so »lahkost materiala«, »cenovna dostopnost« in »možnost kompostiranja«. V Evropi se po podatkih Eurostata reciklira 82 odstotkov papirne embalaže, kar je najvišja stopnja recikliranja* med vsemi embalažnimi materiali. Pri steklu ima kovini stopnja recikliranja znaša 76 odstotkov, pri plastiki pa le 38 odstotkov. Leta 2022 je bilo v Evropi skupaj zbranih in recikliranih 55 milijonov ton starega papirja.

Evropski gozdovi rastejo

Študija je tudi pokazala, da večina ljudi v Evropi verjame, da se gozdne površine v Evropi zmanjšujejo. Natančneje – kar 60 od-

* Stopnja recikliranja je količina recikliranih odpadkov iz komunalnih odpadkov, izražena v tonah, deljena s skupno količino vseh nastalih komunalnih odpadkov.

O raziskavi Trend Tracker

Raziskava se izvaja vsaki dve leti po vsem svetu, da bi raziskali in razumeli želje, dojemanje in odnos potrošnikov do papirja in papirne embalaže. Two Sides Europe, ki je izvedla raziskavo, je neprofitna evropska pobuda za promocijo edinstvenih trajnostnih lastnosti papirja, tiskanih medijev in papirnega založništva. Spomladi 2023 je bila študija izvedena med 10 250 potrošniki. Povzetek raziskave Trend Tracker Research 2023 je bil objavljen poleti 2023.

stotkov jih meni, da se gozdovi krčijo. Tistih, ki so lani menili, da se obseg povečuje, je le 15 odstotkov. A spodbudno je to, da se je ta rezultat v dveh letih izboljšal za 5 odstotnih točk, kajti leta 2021 je le 10 odstotkov ljudi menilo, da se obseg gozda povečuje.

Papirna embalaža je izdelana iz obnovljivih materialov. Je trpežna, lahko jo recikliramo in je biološko razgradljiva.

Paper packaging is made from renewable materials. It is durable, recyclable and biodegradable.

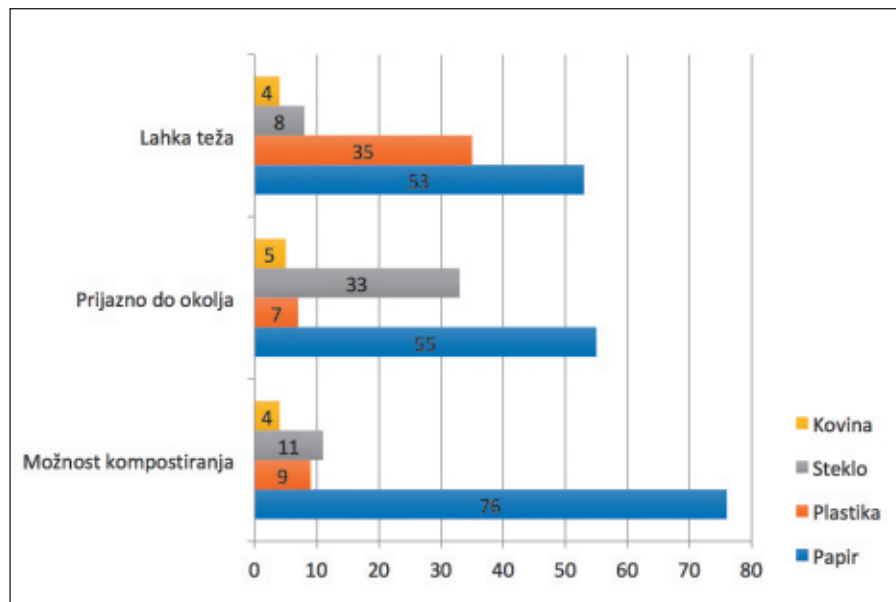
Zanimive ugotovitve raziskave:

- **65 odstotkov** potrošnikov raje bere tiskane knjige od digitalnih.
- **52 odstotkov** potrošnikov meni, da se otroci v primerjavi s prebiranjem digitalnih vsebin več naučijo ob prebiranju tiskovin.
- **55 odstotkov** potrošnikov raje uporablja papirno embalažo, ker je prijaznejša do okolja.

Po zadnjih podatkih Združenih narodov pa so dejstva zelo spodbudna, saj evropski gozdovi nenehno rastejo in so se med letoma 2005 in 2020 razširili za kar 58 tisoč kvadratnih kilometrov. To ustreza površini, ki je večja od Švice.

Barbara Škrinjar

Odstotek potrošnikov, ki meni, da embalažni material ustreza določenemu merilu / Percentage of consumers who consider that packaging material meets a certain criterion



Ustna voda in milo za roke v kartonski embalaži

Mouthwash and hand soap in cardboard packaging

For the first time, hand soap is now also available in cardboard packaging. Norwegian group Elopak and German wholesaler Luoro have launched the first mouthwash in cardboard packaging in the German and Austrian markets in new packaging for hygiene products under the Paperdent brand. The aim is to reduce the use of plastic in dentistry.

Milo za roke je zdaj prvič na voljo tudi v kartonski embalaži. V novi embalaži za higienske izdelke pod blagovno znamko Paperdent sta norveška skupina Elopak in nemški veletrgovec Luoro lansirala prvo ustno vodo v kartonski embalaži na nemškem in avstrijskem trgu. Cilj je zmanjšati uporabo plastike v zobozdravstvu.

Nova ustna voda Mild Herbs podjetja Paperdent je na voljo v kartonski embalaži. Maloprodajno podjetje Luoro s sedežem v Kölnu si je s svojo ponudbo Paperdent zadalo cilj čim bolj odstraniti plastične odpadke iz zobozdravstvene oskrbe. Namesto plastike naj bi se kot osnovna surovina za izdelavo izdelkov in embalaže uporabljal les iz gozdov, ki imajo certifikat FSC.

V kartonski embalaži je tako zdaj najprej na voljo nova ustna voda Mild Herbs. »Prepričani smo, da bodo trajnostne rešitve v širši družbi sprejete le, če bodo uporabniku prijazne in bo njihova dodana vrednost takoj prepoznana. Zahvaljujoč naši kartonski embalaži lahko tudi nestrokovnjaki za trajnost že na prvi pogled opazijo, koliko plastike, v našem primeru več kot 80 odstotkov, prihranimo v primerjavi z navadnimi plastenkami za ustno vodo,« pravi zobozdravnik in soustanovitelj podjetja Luoro dr. Louis Bahlmann.



Varnost izdelkov in možna nevarnost zamenjave z živilskimi izdelki sta seveda pomembna tema. Za vizualno razlikovanje izdelkov so nad etiketo pritrjene etikete, neposredno pod zamaškom pa je napis, da izdelka ne sme pogoltniti. / *Product safety and the potential risk of substitution with food products are important issues. To visually distinguish the products, labels are attached above the label and a "do not swallow" notice is placed directly below the stopper.*



V Elopaku že ponujajo tudi embalažo za izdelke za gospodinjstvo. Pomembna je varnostna oznaka, da izdelek ni primeren za zaužitje. / *Elopak already provides packaging for household products. The important feature is the safety label that the product is not suitable for consumption.*

Varčevanje s plastiko

Plastika sicer ostaja najpogostejše uporabljen material za pakiranje, zlasti v sektorju nege ustne votline in zob. To še posebej velja za izdelke za zobozdravstvo, ki jih prav tako uvrščamo med blago široke potrošnje. Na tem področju je torej še veliko možnosti za zmanjšanje odpadkov, pojasnjuje Bahlmann. »Ustne vode so ilustrativni primer vsakdanjih izdelkov, ki se porabijo v kratkem času. Po navadi se prodajajo v trdih plastičnih posodah. Čeprav je proizvodnja teh poceni, postane množična uporaba plastike pozneje breme za okolje zaradi njenega dolgega časa razgradnje.«

Zato je Paperdent za svojo ustno vodico Mild Herbs izbral embalažo, ki jo je Elopak, eden vodilnih sistemskih ponudnikov kartonske embalaže razvil posebej za neživilske izdelke. Na novo razvita embalažna rešitev je v veliki meri sestavljena iz lesa s certifikatom FSC. Škatla prihrani več kot 80 odstotkov plastike v primerjavi z navadno plastično plastenko in jo je mogoče v 90-odstotno reciklirati. Ustna voda je na voljo v Elopakovi dvokapni kartonski embalaži za neživilske izdelke.

V načrtu so že tudi nadaljnji izdelki v kartonski embalaži Elopak, nekateri ponudniki pa so jih že dali na trg, je povedala višja produktivna vodja pri Luoro dr. Laura Sulik. »Naše trajnostno milo za roke XL z vonjem marelice je na voljo v izbranih trgovinah Edeka od novembra lani, nove različice mila za roke pa bodo predstavljene letos.«

Pomembna oznaka na embalaži: Ni za zaužitje!

Za vizualno razlikovanje izdelkov za osebno nego in gospodinjstvo od živilskih izdelkov, ki so pakirani v kartonasto embalažo, so proizvajalci nad etiketo pritrčili etikete z napisom: »Ni za zaužitje!« Neposredno pod zamaškom pa je napis, da izdelka ne sme zaužiti. Milom za roke dodajajo tudi grenčilo Bitrex, ki dodatno poveča varnost izdelka in poskrbi, da vsi takoj opazijo, da ne gre za pijačo in da je tekočina nepitna. Poleg tega je na vrhu pokrova natisnjen dodaten piktogram z ustreznimi varnostnimi informacijami.

Pozor, da ne pride do zamenjave s hrano

Dilema, da so higienski izdelki v kartonski embalaži preveč podobni embalaži za živila, kot sta embalaži za mleko ali jogurt, in da obstaja velika nevarnost zamenjave ter celo ogroženost za zdravje, Sulikova odgovarja: »Varnost izdelkov in možna nevarnost zamenjave sta seveda za nas zelo pomembni temi. Za vizualno razlikovanje izdelkov so zato nad etiketo pritrjene etikete, neposredno pod zamaškom pa je napis, da izdelka ne sme zaužiti. Milom za roke pa celo dodajamo tudi grenčilo Bitrex, ki dodatno poveča varnost izdelka in poskrbi, da bi vsi, ki bi izdelek zaužili, takoj občutili, da ne gre za pijačo in da je tekočina nepitna. Poleg tega je na vrhu pokrova natisnjen dodaten piktogram z ustreznimi informacijami.«

Kompozitna kartonska embalaža je poleg možnosti pakiranja za higienske izdelke in izdelke za osebno nego zelo zanimiva alternativa tudi za izdelke za čištilna sredstva in detergente.

In addition to packaging options for hygiene and personal care products, composite cardboard packaging is also a very interesting alternative for cleaning products and detergents.

V podjetju so prepričani, da bo tovrstna embalaža vedno bolj priljubljena. »In to ne samo v segmentih higiene in osebne nege. Prepričani so, da je kompozitna kartonska embalaža zelo zanimiva alternativa tudi za čištilna sredstva in detergente.« »Prepričani smo, da se bo to uveljavilo, saj so prednosti za okolje v primerjavi s plastično embalažo zelo prepričljive,« še doda Sulikova.

Barbara Škrinjar