

pRASmīgi!



ZAĻĀ JOSTA

AJ P+WER



LATVIJAS
ZAĻAIS
PUNKTS

Informācija plašsaziņas līdzekļiem
2025. gada 23. oktobrī

Pārmaiņas iepakojuma jomā – neizbēgamas un stratēģiski nozīmīgas

Ilgtermiņa iepakojuma ieviešana nav tikai pienākums – tā ir iespēja ražotājiem samazināt izmaksas un stiprināt konkurētspēju, un to jau pierāda vairāki Baltijas un Eiropas uzņēmumi, uzsver ražotāju atbildības sistēmas uzņēmumi (RAS).

Vienlaikus RAS uzņēmumu eksperti un pētnieki uzsver, ka pāreja uz jaunu iepakojumu ir komplekss process un jāmainās visiem ķēdē iesaistītajiem: materiālu piegādātājiem, iekārtu ražotājiem, preču ražotājiem, tirgotājiem un galu galā arī patērētājiem.

Iepakojuma nākotnes tēma un tās ietekme uz ražotājiem un RAS tika aktualizēta sociālās iniciatīvas "pRASmīgi" nule aizvadītajā otrajā darba sesijā.

Eiropas Savienības (ES) regulējums paredz mazināt lieku, nevajadzīgu iepakojumu un plastmasas izstrādājumus. Piemēram, jau ir aizliegta vienreizlietojamo trauku un plastmasas salmiņu lietošana, no 2030. gada tirgū vairs nedrīkstēs laist vienreizlietojamo plastmasas iepakojumu, kas paredzēts svaigiem augļiem un dārzeņiem līdz pusotram kilogramam, kā arī vienreizlietojamo iepakojumu individuālam patēriņam izmitināšanas pakalpojumu nozarē, piemēram, šampūna pudelītes, roku un ķermeņa losjona pudelītes, ziepju gabaliņu paciņas.

Atbilstoši Eiropas Parlamenta un Padomes Regulai par iepakojumu un iepakojuma atkritumiem no 2030. gada tirgū novietotajam iepakojumam jāatbilst noteiktiem ES pārstrādājamības kritērijiem. Tāpat, līdz 2030. gadam 10 % dzērienu iepakojuma (bez piena) jābūt atkārtoti lietojamam, savukārt līdz 2040. gadam jātiecas sasniegt 40 %. Turklāt uz iepakojuma jābūt marķējumam par pārstrādājamību, kā arī būs attiecināmas citas prasības.

"Visas pazīmes liecina, ka būs jāmainās jebkurā gadījumā, galu galā visa pamatā būs aprēķins – vai maksāt vairāk par nepārstrādājamiem materiāliem, vai optimizēt ražošanu un gatavoties pārejai," sacīja SIA "Zaļā josta" valdes priekšsēdētājs Jānis Lapsa.

Viņš piebilda, ka RAS uzņēmumi var atbalstīt ražotājus un tirgotājus, konsultējot par iepakojumu, to pārstrādājamību. Ir bijuši gadījumi, kad cieša sadarbība ar RAS uzņēmumiem ļauj pierādīt, ka iepakojums ir pārstrādājams un samazināt maksājumus.

Vairāki starptautiskie spēlētāji jau demonstrē to, ka pārmaiņas notiek. "[Nestle](#)" ir definējusi, ka 2025. gadā vismaz 95 % tās plastmasas produktu iepakojums būs pārstrādājams, jau tagad 86,8 % "Nestle" produktu plastmasas iepakojuma ir pārstrādājams vai lietojams

atkārtoti. Kopumā uzņēmums ir apņēmis līdz 2025. gadam samazināt plastmasas iepakojuma lietojumu par 33 %.

2021. gadā "Nestle" Īrijā un Lielbritānijā pārskatīja vairāku konfekšu iepakojumus ("sharing bags") un konstatēja, ka tie ir pārāk lieli, un nolēma samazināt izmēru vidēji par 15 %. Tas gadā ļāva ietaupīt 83 tonnas pirmreizējās plastmasas, kā arī samazināt pārvadāšanas izmaksas Īrijā un Lielbritānijā.

Tikmēr Zviedrijas kafijas zīmols "Lofbergs Lila" sadarbībā ar savu iepakojuma materiālu ražotāju "Amcor" atrada veidu, kā pāriet uz monomateriāla iepakojumu, kas joprojām ļauj saglabāt visas produkta īpašības un ir pārstrādājams.

Arī Latvijā ir potenciāls uzlabot gan iepakojuma pārstrādājamību, gan efektivitāti. Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitātes pētnieki analizēja Latvijas tirdzniecības ķēdēs esošo produktu iepakojumu un secināja, ka 11,24 % iepakojuma ir pārāk liels vai nepietiekami piepildīts, 11,03 % gadījumos ir dubultais iepakojums, kas neietekmē derīguma termiņu. Vēl 44 % iepakojuma ir pilnībā apdrukāti, kas var radīt situāciju, kurā tas vairs nav pārstrādājams, līdz ar to jāmaksā augstāks dabas resursu nodoklis (DRN) vai apsaimniekošanas maksa RAS.

Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitātes profesore un minētā pētījuma autore Sandra Muižniece-Brasava uzsvēra, ka ir saprotams, ka iepakojuma izvēli bieži vien nosaka patērētājs, jo cilvēks vispirms "pērk ar acīm". Tas nozīmē, ka ir jāstrādā arī ar patērētāju izglītošanu un vides apziņas veidošanu.

"Viens no RAS uzdevumiem ir veidot sabiedrības izpratni un stiprināt vides apziņu. Atbildīgs iepakojums ir priekšnoteikums resursu efektīvai izmantošanai un ilgtspējīgai saimniekošanai. Jo vairāk patērētāju izvēlas pārdomātus, pārstrādājamus risinājumus, jo mazāks kļūst arī ražotāju un tirgotāju finansiālais slogs. Ieguldījumi ilgtspējīgos iepakojuma risinājumos sniedz ilgtermiņa ieguvumu gan uzņēmumiem, gan patērētājiem," norādīja AS "AJ Power Recycling" valdes loceklis Uldis Skrebs.

Viņš piebilda, ka patlaban daļa no ražotāju iemaksām RAS tiek veltīta sabiedrības izglītošanas kampaņām.

"Eiropas Savienības stingrāka pieeja jautājumos par iepakojumu būtiski ietekmē visu nozari. Ar katru gadu pieaug prasības attiecībā uz sašķirotu, atgūto un pārstrādei novirzīto iepakojumu Palielinās prasības arī ražotāju atbildības sistēmām. Spilgts piemērs ir dzērienu kartona iepakojums. Ja līdz 2024. gadam to nevajadzēja uzskaitīt atsevišķi no papīra un kartona iepakojuma, tad no 2024. gada mums jāspēj savākt un pārstrādei novirzīt 30 % no tirgū novietotā dzērienu iepakojuma apjoma, šogad tie ir 67 %, bet no 2029. gada – jau 84 %. Tas nozīmē papildu investīcijas šķirošanas infrastruktūrā, loģistikā, izglītošanā un tā joprojām," skaidroja SIA "Latvijas Zaļais punkts" vadītājs Kaspars Zakulis.

Viņš arī norādīja, ka prasības attiecībā uz pārstrādi pieaug ne tikai dzērienu iepakojumiem, bet arī citiem iepakojuma veidiem, kas nozīmē izmaksu pieaugumu arī RAS. "Pārfrāzējot – jo tālāk mežā mums jānododas pakal šim iepakojumam, jo dārgāk tas kļūst," piebilda Zakulis.

Taču RAS maksājums aizvien ir izdevīgāks nekā pilns dabas resursu nodoklis. Sadarbojoties ar kādu no RAS, uzņēmums maksā aptuveni 20 % no pilnā DRN.

Jau vēstīts, ka 2024. gadā pārstrādāti 92,3 % jeb 152 725 tonnas no ražotāju atbildības sistēmās savāktā iepakojuma. Lielākā daļa no tā bija stikls un plastmasa, liecina Latvijas Aprites saimniecības uzņēmumu asociācijas dati.

Otrdien, 21. oktobrī, norisinājās sociālās iniciatīvas “pRASmīgi!” otrā darba sesija, kas bija veltīta iepakojuma ilgtspējai, atkārtotai izmantošanai un pārstrādei. Iniciatīvā kopumā paredzētas četras darba sesijas – pirmā bija veltīta tekstila izstrādājumiem, atlikušajās divās sesijās – 28. oktobrī un 4. novembrī – tiks spriests attiecīgi par videi kaitīgām precēm un elektrotehniku.

Sociālā iniciatīva "pRASmīgi!" radīta ar mērķi mudināt uzņēmējus un sabiedrību atstāt mazāku vides pēdu un izglītēt par atbildīgu ražošanu, patēriņu, kā arī pārstrādi. To organizē trīs lielākie RAS apsaimniekotāji Latvijā: SIA “Zaļā josta”, AS “AJ Power Recycling” un SIA “Latvijas Zaļais punkts”.

Par “pRASmīgi”:

Ražotāju atbildības sistēmas (RAS) ir uzņēmēju atbildība par tirgū laistu preču vai iepakojuma efektīvu apsaimniekošanu visā preces dzīves ciklā. “pRASmīgi!” ir trīs lielāko ražotāju atbildības sistēmu apsaimniekotāju – SIA “Zaļā josta”, AS “AJ Power Recycling” un SIA “Latvijas Zaļais punkts” kopīgi organizēta sociālā iniciatīva, ar mērķi mudināt uzņēmējus un sabiedrību domāt par atbildīgu ražošanu, patēriņu un pārstrādi, lai samazinātu atstāto vides pēdu. Iniciatīva norisināsies no 23. septembra līdz 4. novembrim. Iniciatīvā plānotas četras nozares profesionāļu, uzņēmēju un ekspertu darba sesijas par dažādām RAS preču grupām – iepakojums, elektrotehnika, videi kaitīgās preces, tekstilizstrādājumi.

Plašākai informācijai:

Tija Ezeriņa, sociālās iniciatīvas “pRASmīgi!” sabiedrisko attiecību konsultante

E-pasts: tija.ezerina@publicid.lv