



## NOVADI ZAĻO

Uzņēmēji, domājot par savu attīstību, nereti paši pievēršas aprites ekonomikas principiem gan finansiālu apsvērumu dēļ, gan sekojot tirgus tendencēm. Ražotāji pārdomā, lai produkcijas iepakojums būtu pārstrādājams, lai tas būtu ilgtspējīgs un pievilcīgs klientam un atbilstu preču daudzveidībai. Savā pieredzē ar mums dalījās divu uzņēmumu pārstāvji.

### Izmanto dažādus iepakojuma veidus

Akciju sabiedrība "Tukuma piens", viena no lielākajām piena produktu ražotājām Latvijā un jogurta ražotājām Baltijā, var palepoties, ka tās produkti ir novērtēti dažādās izstādēs, skatēs un konkursos. "Tukuma piens" saņēmis apbalvojumus arī par iepakojumu – novērtēts gan iepakojuma vizuālais noformējums, gan sastāvs un iespēja to otrreiz pārstrādāt. Uzņēmuma mārketinga nodaļas vadītājs Armands Artihovičs pastāsta, ka saražotajai produkcijai izmanto vairāk nekā 20 dažādus iepakojuma veidus, ņemot vērā prasības, kādas konkrētam produktam ir izvirzītas. "Iepakojumam jābūt tādā, lai tas nodrošinātu produkta kvalitāti, būtu ērts pircējam, kas to iegādāsies, un ērts pārdevējam, kas to uzglabās. Mums ir jānodrošina, lai produkta kvalitāte realizācijas termiņā, kas nereti ir līdz pat 30 dienām, saglabātos nemainīga. Turklāt jāatceras, ka, lai kā mēs gribētu redzēt vienkāršā papīrā iepakotu produktu, mūsu produkcija satur noteiktu mitruma daudzumu, līdz ar to arī iepakojumam jābūt atbilstošam," viņš paskaidro.

Lielāko daļu iepakojuma, ko uzņēmums izmanto, varot gan sadalīt, gan sašķirot. "Izņēmums ir tā sauktie saliktie iepakojumi, piemēram, PET un polipropilēns, kas ir blīvi salīmēti kopā un nav atdalāmi. Tādu izmantojam tikai atsevišķiem produktu veidiem, kam jānodrošina īpaši tīra un ar skābekli bagātināta vide. Tomēr, neraugoties uz lielo vēlmi, lai produkti būtu ar iespējami garāku realizācijas termiņu, arvien vairāk tiek diskutēts par to, ka nākotnē šādus saliktos materiālus vajadzētu pēc iespējas ātrāk izskaust no iepakojumu klāsta. Domāju, agrāk vai vēlāk tas arī notiks," skaidro A. Artihovičs.

### Jo mazāk CO<sub>2</sub> izmešu, jo labāk

Par to, cik pašlaik videi draudzīgs ir ierastais krējuma trauciņš vai piena paka, viņš saka: "Kā iedzīvotājs, kurš pats lieto piena produktus un arī šķiro atkritumus, varu teikt, ka ir ļoti grūti orientēties sarežģītajā plastmasu klāstā un tās apzīmējumos, lai saprastu, ko var vai nevar mest šķirotā atkritumu konteinerā. Tāpēc nereti mēs dzirdam, ka, piemēram, krējuma trauciņus nepārstrādā, tāpēc tos šķirotā atkritumu konteinerā mest nevar. Bet kāpēc?! Noņemiet folija vāciņu – tas ir metāls, kas tiek pārstrādāts, savukārt trauciņus izskalojiet un iemietiet pie plastmasas atkritumiem, un tālāk jau atkritumu apsaimniekotājs to sašķiros pa veidiem. Nereti ir dzirdēts, ka piena pakas nevar pārstrādāt, bet tā nav taisnība – tās ir izgatavotas no kartona, kas iekšpusē izklāts ar plānu plēves kārtiņu, lai piens nesūktos cauri kartonam. Pārstrādes procesā iekārtas vieglā veidā šo plastmasas kārtu atdala! Jautājums ir, vai atkritumu apsaimniekotāji Latvijā spēj šos iepakojumus pārstrādāt."

A. Artihovičs atzīst, ka, runājot par iepakojumu, šobrīd jau vairāk jāsatraucas par CO<sub>2</sub> izmešiem, kas nonāk atmosfērā, šo iepakojumu saražojot, tāpēc nākotnē būs jāatrod tads iepakojuma materiāls, kura ražošanā izmešu būs vismazāk, tātad – kuru varēs ērti un ātri izgatavot un tikpat viegli pārstrādāt. "Pieļauju, ka kartons šajā ziņā noteikti būs pirmajā vietā, un tikai tad sekos plastmasa. Mēs jau tagad sakām, ka "Baltais eko jogurts" vai "Eko krējums" ir ekoloģiskāki par citiem produktiem, jo arī iepakojums, kuros tie ir fasēti, ražots ar mazākiem CO<sub>2</sub> izmešiem, turklāt tas ir vieglāk sašķirojams, jo viss ir sadalāms – kartons, plastmasas trauciņš un vāciņš pie metāla," saka "Tukuma piens" pārstāvis, piebilstot, ka uzņēmumā, tāpat kā citviet, šķiro atkritumus. Ražotnēs kartons tiek atšķirot pilnībā, arī koks, tāpat plastmasas spaiņi no izejvielām un citi pārstrādājami atkritumi, tāpēc rūpes par vidi nav tikai vārdi, bet reāla rīcība.

### Izvēli nosaka klienta vēlmes

Tikmēr uzņēmuma "Cosmetic lab" pārstāvis Toms Didriksons pastāsta, ka ap 95% Rīgā un Kuldīgā ražotās kosmētikas

# IEPAKOJUMS JĀIZVĒRTĒ AIZVIEN RŪPĪGĀK



Uzņēmēji norāda, ka iepakojuma izvēli nereti nosaka gan pats produkts, gan arī patērētāju pieprasījums. Videi draudzīgs gan nevar būt tikai vārdos, tas jāapliecina ar darbiem, proti, iegūstot atbilstības sertifikātu saviem ražojumiem.

tiek eksportēta. Un lielākoties tai izmanto eko iepakojumu, kas ir atbilstošs gan klientu vēlmēm, gan zīmola vajadzībām. "Viss ir atkarīgs no tā, kas klientam ir svarīgs. Vienam ir svarīgi, lai produkcija būtu daudzārt izmantojams materiāls, citiem šādu prasību nav. Taču jūtams, ka kopumā interese par videi draudzīgu iepakojumu pieaug. Tā kā mūsu lielākais klients Eiropā pasūta preces eko iepakojumā, varu teikt, ka tas ir 50% no visiem mūsu pasūtījumiem. Un katru ceturksni redzam, ka tas kļūst aizvien populārāks. Iespējams, jau pēc gada vai diviem būs pilnībā pārgājuši tikai uz šādu iepakojuma veidu, jo visā pasaulē ražotāji lēnām uz to pāriet. Politika, likumi pieprasa, lai mazinātos vides piesārņojums. Arī sabiedrība vairāk par to sāk aizdomāties. Bet, protams, tas ir arī business, jo patērētājiem šobrīd ļoti patīk eko produkti. Viss zaļais ir populārs," viņš skaidro uzņēmuma attieksmi pret videi draudzīgo iepakojumu.

Vaicāts, kas, viņaprāt, šajā ziņā uzņēmējiem ir noteicošais faktors – vēlme saudzēt dabu vai vēlme pelnīt, "Cosmetic lab"

pārstāvis spriež, ka abi ir svarīgi. "Par mūsu uzņēmumu un arī daudziem mūsu klientiem varu teikt, ka domājam ilgtspējīgi. Protams, ražojam to, ko pieprasa pircējs, tāpēc, ja viņš vēlas plastmasas iepakojumu, mēs to nodrošināsim. Diemžēl šobrīd situācija vēl nav viennozīmīga – reizēm ir jāizvēlas, vai nu vadām veiksmīgu uzņēmumu, vai iestājamies par zemeslodes nākotni. Diemžēl ne vienmēr var dabūt abus, bet domāju, ka tas ir tikai laika jautājums, līdz pāriesim uz videi draudzīgu iepakojumu pilnībā, jo citādi nevarēs," pauž T. Didriksons.

### Sertifikācijas ceļš ir garš

Vaicāts, kādi ir ilgtspējīgie materiāli, ko izmanto "Cosmetic lab", T. Didriksons skaidro, ka visbiežāk parfimērijas iepakojumam tiek izmantots papīrs, bet daudz kas ir atkarīgs no produkta: "Daudz ko no saražotā mēs nevaram ielikt papīrā, tāpēc izmantojam arī citus materiālus, piemēram, alumīniju vai stiklu." Pats uzņēmums iepakojumu neražo, bet iepērk. "Nav grūti atrast ražotājus, kas piedāvā eko iepakojumu, jo, augot pieprasījumam, aug

ar piedāvājums. Priecājos, ka visu, kas mums ir nepieciešams, varam sagādāt tepat, Latvijā. Cenas ir atkarīgas no apjoma, un šāds iepakojums ir dārgāks nekā tāds pats bez īpašām prasībām," skaidro T. Didriksons. Tāpat jāpiestrādā, lai tiktu pie sertifikāta, kas apliecina, ka izmantotais iepakojums ir ekoloģisks. "Šajā ziņā nozīme ir pat tam, ar kādu krāsu uz iepakojuma tiek drukāti uzraksti. Mūsu gadījumā dokumentācijas sagatavošana, pamatprincipu un prasību saskaņošana ilga pusgadu, un tas bija sarežģīts process. Lai iegūtu sertifikātu, mums vajadzēja ražot konkrētu iepakojumu, bija jābūt dokumentācijai par to, kā iegūtas visas izejvielas utt. Iespējams, daudzi pat gribētu domāt zaļi, bet, lai "pareizi" domātu zaļi, ir jāpieliek milzīgas pūles... Tāpēc saprotu tos, kas pagaidām noliek šīs ieceres malā vai arī pārskata sākotnējos mērķus. Arī mēs sākumā gribējām iegūt "Natruē" sertifikātu, bet beigās tikām pie kosmētikas ražotāju eko marķējuma "COSMOS". Tas ir atzīts visā pasaulē un no šāda veida sertifikātiem skaitās visprestīžākais. Tāpēc arī to ir visgrūtāk dabūt. Ļoti strikti tiek skatītas visas sadaļas – gan iepakojums, gan izejvielas. Mums bija jāveic audīts, nosakot, kādas būs uzraksta krāsas, kā iegūti materiāli, no kādas cirmsas ir koki, kas izmantoti iepakojuma radīšanā... Sertifikācijas komisija izvērtē arī ražošanas procesu, piemēram, ja iepriekš tajā pašā vietā ir ražoti citu veidu produkti, viss ir jānotīra... Turklāt šai sertifikācijai ir vairākas pakāpes. Sākumā to iegūst uzņēmums un tikai tad konkrēts zīmols un konkrēta tā produkcija. Ja vēlāk ir vēlme produktam kaut ko pievienot, tad sertifikācija jāveic atkārtoti. Tad gan process ir nedaudz vienkāršāks, bet tāpat gana sarežģīts... Protams, vieglāk ir uzlikt klientus maldinošu un nekādam sertifikācijai neatbilstošu uzrakstu, piemēram, "Vegan", bet šāda pieeja nav ilgtspējīga. Šodienas un arī nākotnes pieprasījumu aizvien vairāk nosaka gudri pircēji. Ar to jārēķinās ikvienam ražotājam," uzsver "Cosmetic lab" pārstāvis.



Materiāls tapis ar Latvijas Vides aizsardzības fonda finansiālu atbalstu. Par publikāciju saturu atbild SIA „Kurzemes Vārds” un reģionālās izdevniecības