**Handel internetowy musi być bardziej ekologiczny**

**W 2020 roku handel internetowy zanotował ogromny wzrost sprzedaży. Tymczasem od 2021 roku weszła w życie tzw. dyrektywa plastikowa, a to dopiero początek zaostrzania przepisów dotyczących ekologii. Czy rozbuchaną sprzedaż wysyłkową da się połączyć z rosnącymi oczekiwaniami w kwestii ochrony środowiska?**

Dyrektywa plastikowa nie wpływa w sposób bezpośredni na sprzedawców internetowych, nie licząc tych, którzy sprzedawali np. jednorazowe naczynia z plastiku lub styropianu. Tego typu produktów będzie trzeba pozbyć się z oferty do 3 lipca 2021 roku.

Jednak przepisy związane z ekologią będą zaostrzane coraz bardziej. Wkrótce wejdą w życie zasady dotyczące Rozszerzonej Odpowiedzialności Producentów, które wymuszą, by o recyklingu myśleć już na etapie projektowania i produkcji.

Pojawiła się też inicjatywa, aby doprowadzić do zbudowania w Polsce obiegu zamkniętego dla opakowań plastikowych. Do Polskiego Paktu Plastikowego przystąpiło dotychczas 19 firm, w tym najpopularniejsze sieci sklepów detalicznych oraz producenci z branży spożywczej.

**Rozwój e-handlu wymaga większej świadomości**

Prędzej czy później potrzeba dostosowania się do wymogów ekologii doścignie także sprzedawców internetowych. Tym bardziej, że rynek e-commerce ma z pakowaniem bardzo wiele wspólnego.

- W sytuacji, gdy w wyniku pandemii duża część sprzedaży przeniosła się do Internetu, to od świadomości ekologicznej sprzedawców oraz ich klientów zależeć będzie w dużym stopniu ekologia dnia codziennego – mówi Daniel Korbus z firmy XBS Group, będącej inicjatorem akcji ekoPOSytywni, promującej ekologię w logistyce.

Jeśli towar trafia z magazynu do sklepu, to jest przewożony w większych paczkach, w opakowaniach zbiorczych. W przypadku indywidualnej wysyłki produktów do pojedynczych klientów, każde zamówienie trzeba zapakować oddzielnie. A to oznacza konieczność zużycia wielokrotnie więcej materiałów opakowaniowych niż przy sprzedaży stacjonarnej.

Do tego dochodzą zwroty – ok. 30% produktów kupowanych w sieci jest z powrotem odsyłanych do sklepów. To oznacza, że ślad węglowy związany z pakowaniem i wielokrotnym transportem tych samych produktów rośnie.

Na szczęście rośnie coś jeszcze – świadomość ekologiczna konsumentów. Rozmaite badania wskazują na coraz większe zainteresowanie Polaków tym, z czego wytwarzane są wybierane przez nich produkty oraz w jaki sposób są pakowane. Skrajnie nieekologiczne przesyłki są coraz częściej fotografowane i wrzucane do mediów społecznościowych jako przykłady skandalicznie nieodpowiedzialnych zachowań sprzedawców. Nawet więc, jeśli do niektórych przedstawicieli branży e-commerce nie trafiają argumenty związane z ochroną środowiska, przekonać ich powinny względy wizerunkowe, a w przyszłości pewnie także prawne.

**Grzechy e-sprzedawców**

W przypadku sprzedaży internetowej fizycznych produktów, opakowań nie da się całkowicie wyeliminować. Sprzedawcy powinni jednak w taki sposób przygotowywać paczki do wysyłki, aby tak tylko, jak jest to możliwe, zmniejszyć zużycie materiałów opakowaniowych. Nie zawsze jednak tak się dzieje.

Skrajnym przykładem ekologicznej nieodpowiedzialności jest przygotowywanie dużych paczek, w których maleńki produkt, w dodatku niewymagający szczególnej ochrony, jest obłożony folią lub styropianem. Do tego całe pudło, choć zazwyczaj wykonane z kartonu, owinięte jest kilkoma warstwami folii stretch, a folia ta jeszcze dodatkowo zabezpieczona jest taśmą klejącą.

Niezgodne z zasadami ekologii jest w tym przypadku nie tylko stosowanie plastiku w postaci kilku rodzajów folii, ale i wybieranie zbyt dużych opakowań. Duże pudła zajmują większą przestrzeń podczas transportu, podnosząc jego koszt. Wyliczono, że gdyby opakowania były dopasowane do faktycznych rozmiarów produktów, w jednym załadunku można by było przewieźć o 25% więcej paczek niż obecnie. W skali globalnej mówimy o tonach dwutlenku węgla i innych substancji zanieczyszczających powietrze z powodu nadmiarowego, zupełnie niepotrzebnego transportu pustego powietrza.

**Opakowania mogą być lepsze**

Co mogą zrobić sklepy internetowe, aby działać w duchu ekologii?

- Zanim sięgniemy po innowacyjne i być może kosztowne opakowania, zacznijmy od redukcji tych stosowanych obecnie. Na początek wystarczy pomyśleć, czy na pewno każdy produkt musi być pakowany tak, jak dotychczas – podpowiada Daniel Korbus.

Na przykład – wypełniacze do paczek w postaci folii bąbelkowych lub rękawów z powietrzem w niektórych przypadkach w ogóle nie są potrzebne. Zabawki, książki, kosmetyki w opakowaniach innych niż szklane oraz niektóre ubrania w wielu przypadkach mogą być pakowane w sam karton. Z kolei kartonowe pudełko nie potrzebuje dodatkowej warstwy folii. Zamiast typowej taśmy klejącej wykorzystać możemy papierową taśmę pakową. Jej dodatkową zaletą jest to, że podczas recyklingu takiej taśmy nie trzeba wcześniej usuwać z pudełek, co oznacza mniejsze marnotrawstwo zarówno produktu, jak i czasu.

Jeśli wypełniacze do paczek są niezbędne, można wykorzystać resztki innych opakowań, stare gazety, czy też ścinki papierów, które przeszły przez niszczarkę. Dzięki temu możemy po raz kolejny zastosować te materiały, które już mamy. Do innych, ekologicznych wypełniaczy zaliczyć możemy tzw. „chipsy” ze skrobi kukurydzianej, trociny oraz „sianko” z drewna – to często odpady pozostałe z produkcji wyrobów drewnianych. Ciekawym rozwiązaniem jest też kartonowy odpowiednik „folii bąbelkowej”. Tektura może zostać ponacinana w taki sposób, aby utworzyć przestrzenną strukturę chroniącą towar przed uszkodzeniem.

Warto zwrócić także uwagę na etykiety naklejane na paczki. Najlepiej, jeśli są one wykonane z papieru, który pochodzi z recyklingu. Przy ich produkcji powinien być też stosowany odpowiedni klej, który nie będzie utrudniał ponownego przetworzenia. Jeśli natomiast koniecznie musimy użyć opakowań lub wypełniaczy z tworzyw sztucznych (np. do ochrony ciężkich lub wrażliwych produktów), postarajmy się o takie, które również pochodzą z recyklingu.

Ekologii mogą też sprzyjać rozwiązania, które pozwolą na kilkukrotne wykorzystanie tego samego opakowania. Na przykład pudełka, w których wysyłane są zamówienia do klientów mogą być tak przygotowane, aby można było w nich odsyłać zwroty. Wystarczy dodać pasek z klejem, który pozwoli na ponowne zamknięcie paczki.

- Ekologię wprowadzić można także na poziomie magazynowania. Warto ograniczyć stosowanie folii do palet, używając jej tylko wtedy, gdy jest to naprawdę konieczne – mówi przedstawiciel XBS Group. – Warto także zadbać o oświetlenie LED w magazynie, czy też o jak najlepsze wykorzystanie przestrzeni, np. przez stworzenie systemu wąskich alejek. Nie zapominajmy też o konsolidacji transportu, tak żeby samochody nie jeździły „na pusto” – podkreśla.

**Przyszłość będzie bardziej eko**

To prawda, że w e-commerce klienci nie mogą sami zdecydować o tym, w jaki sposób zostanie zapakowany zamówiony przez nich produkt. To jednak nie znaczy, że ich głos się nie liczy. To oni wybierają swoich ulubionych sprzedawców i dzielą się z nimi swoimi oczekiwaniami. Coraz częściej kupujący informują ich wprost – np. w uwagach do zamówienia, że proszą o zapakowanie produktu bez użycia folii. Tego typu prośby, nawet jeśli czasem trudne do spełnienia, sprawiają, że sprzedawcy muszą się zastanowić nad praktykami stosowanymi w swoim biznesie.

Na razie ich wybór może mieć wpływ przede wszystkim na ich wizerunek. Opakowanie to w końcu pierwszy element, z jakim styka się klient, gdy otrzymuje przesyłkę. Ale w przyszłości dojdzie też prawdopodobnie aspekt prawny. Bezmyślność w temacie ekologii będzie nie tylko czymś niepożądanym, ale być może wiązać się będzie z ryzykiem sankcji prawnych. Warto pomyśleć o tym już dziś i wykonać kilka kroków w stronę ekologii z poczuciem, że robimy to z powodu własnej wrażliwości na potrzeby środowiska, a nie pod pręgieżem surowych przepisów.

Źródło: [XBS Group](https://www.xbsgroup.pl/)