

## **Sissejuhatus**

01.05.2023 jõustusid Eestis pakendiseaduse muudatused, millega võeti Eesti seadustikku üle Euroopa Liidu direktiiv (EL) 2019/904 ehk ühekordselt kasutatavate plasttoodete direktiiv.

Pakendiseaduse § 5 lõike 7 kohaselt on pakendiettevõtjad kohustatud koostama tegevuskava, mis avaldatakse pakendiettevõtte veebilehel hiljemalt 01.09.2023. Lidl Eesti OÜ (edaspidi Lidl) on pakendatud kaupu Eestisse transportiv pakendiettevõtte, mille kohta see nõue kehtib.

Käesoleva dokumendi eesmärk on, et Lidl kui pakendiettevõtte esitaks oma järelused ühekordselt kasutatavate plastpakendite kohta ning oma tegevuskava nimetatud pakendite ulatusliku ja püsiva vähendamise kohta. Muu hulgas on eesmärgiks kirjeldada meetmeid, mida Lidl rakendab, et vähendada ühekordselt kasutatavate plasttoodete tarbimist üldiselt ning konkreetselt ühekordselt kasutatavate plastist joogitopside ja toidupakendite tarbimist.

### **1. Ühekordselt kasutatavate plasttoodete liigid**

Selle tegevuskavaga on hõlmatud järgmised ühekordselt kasutatavate plasttoodete liigid:

- joogitops – korgi või kaanega joogianum, mis on mõeldud kas täitmiseks müügikohas või mida müüakse eraldi isiklikuks tarbeks;
- toidupakend – kaanega või kaaneta anum, millest pakutakse kohapeal või kaasavõtmiseks valmistoitu, mida tavaliselt tarbitakse samast anumast ilma täiendava küpsetamise, keetmise või soojendamiseta.

Käesolevas tegevuskavas ei keskenduta järgmistele ühekordselt kasutatavate plasttoodete liikidele:

- joogipakend – korgi või kaanega kuni kolm liitrit vedelikku mahutav joogianum;
- joogipudel – korgi või kaanega kitsama kaelaosa või suuga kuni kolm liitrit vedelikku mahutav joogipakend;
- painduvast materjalist pakk ja pakkematerjal – koheseks otse tarbimiseks mõeldud valmistoidu pakkumiseks ettenähtud pakk või pakkematerjal.

Lidl on oma tootevalikut põhjalikult analüüsinud, et teha kindlaks, millised tema kauplustes müüdavad tooted sisaldavad kahte esimest liiki ühekordselt kasutatavaid plastpakendeid. Toodete analüüsi käigus selgitati välja, et Lidli tootevalikus on kokku 101 toodet, mis on pakendatud kas ühekordselt kasutatavasse plastist toidupakenditesse või ühekordselt kasutatavatesse joogitopsidesse. 70 nendest toodetest on pakendatud ühekordselt kasutatavatesse plastist toidupakenditesse ja on Lidli põhisortimendi tooted. Veel 15 neist toodetest on samuti pakendatud ühekordselt kasutatavatesse plastist toidupakenditesse ning kuuluvad Lidli puu- ja köögiviljade sortimenti. Ülejäänud 16 neist toodetest on müügiautomaatidest müüdavad tooted ja need on kuumad joogid, mis pakendatakse ühekordselt kasutatavatesse joogitopsidesse.

### **2. Toote pakendamise optimeerimine**

2.1. **Pakendi kujunduse ülevaatamine.** Lidl on kõik tootepakendid põhjalikult üle vaadanud ja teeb seda ka edaspidi. Jätkuvalt keskendutakse Lidli pakendites kasutatava materjali vähendamisele ja Lidli pakendite ringlussevõetavuse edendamisele.

Pakendikujundajad järgivad ka edaspidi Lidli kestliku pakendamise juhiseid, rõhutades ringlusse võetavate materjalide, monomaterjalide ning ringlussevõtuga ühilduvate trükkivärvide ja liimide kasutamist. Eriti oluline on keskenduda monomaterjalidele, sest nii tagatakse, et Lidli tooted on maksimaalselt ringlussevõetavad. Selleks kasutab Lidl materjale, mis on võimalikult homogeensed ega sisalda lisaineid, väldib pakendites erineva tihedusega polümeere ja väldib üldisemalt oma pakendites võõrmaterjali komponente, mida ei saa eraldada või mida sorteerimis- ja ringlussevõtuprotsessis on raske eraldada.

Pakend peab olema selline, et värvaineid kasutatakse minimaalselt ning välditaks tumedaid, peamiselt tahmapõhiseid pigmente ja plastpakendite värvid peaksid olema võimalikult läbipaistvad.

- 2.2. **Üleminek kestlikele materjalidele.** Lidl seab prioriteediks laialdaselt kättesaadavate materjalide, näiteks polüolefiinide ja PET kasutamise, mille suhtes on loodud sorteerimis- ja ringlussevõtutaristu ja -meetodid. Nagu eespool mainitud, tuleb ringlussevõetavuse suurendamiseks minimeerida komposiitmaterjalide ja paberetikettide kasutamist ning kasutada pakendites üldiselt ringlussevõetavaid materjale, kui seda peetakse otstarbekaks.
- 2.3. **Trükkimise ja märgistamise moderniseerimine.** Jäätmete vähendamise nimel jätkab Lidl pakendile trükkimise minimeerimist, kasutades võimaluse korral lasergraveerimise tehnikat. Vältida tuleb võõrmaterjalidest valmistatud suuri etikette.
- 2.4. **Sisu optimaalne tühjendamine.** Pakendi kuju peab jätkuvalt tagama pakendi sisu optimaalse tühjendamise, millega vähendatakse jäätmeid ja mis lihtsustab ringlussevõttu.

### **3. Reklaamialased algatused**

- 3.1. **Suuremate toodete müügi soodustamine.** Lidl jätkab selliste alternatiivsete toodete reklaamimist, mis ei ole pakendatud ühekordselt kasutatavasse plasti. Praegu reklaamib Lidl oma XXL-i kampaanianädalatel teatud toodete suuremate pakendite müüki ja pakub klientidele kestlikumaid ostuvõimalusi, sest seda tüüpi tooted tekitavad vähem ühekordselt kasutatava plasti jäätmeid ja neid ei peeta ühekordselt kasutatavateks. Lidl reklaamib praegu XXL-tooteid 5 nädalat aastas.
- 3.2. **Valmistoitude ja -jookide hinna diferentseerimine.** Lidl ei pakenda oma müügikohtades valmistoite ega saa sellega seoses vähendada ühekordselt kasutatavate plastist toidupakendite müüki. Kuid selleks, et vähendada ühekordselt kasutatavate plastist joogitopside kasutamist, on Lidl võtnud kasutusele hinnastiimuli klientidele, kes võtavad kuuma joogi jaoks oma topsi kaasa. Kliendid, kes kasutavad oma topsi, saavad 0,10 eurot soodustust joogi kohta.

### **4. Eesmärgi püstitamine**

- 4.1. **100% maksimaalselt ringlussevõetavad pakendid 2025. majandusaasta lõpuks.** Lidli eesmärk on muuta kõik oma kaubamärgiga pakendid maksimaalselt ringlussevõetavaks 2025. majandusaasta lõpuks. See hõlmab pidevat koostööd tarnijate ja pakendikujundajatega, eesmärgiga parandada ringlussevõetavust ja kestlikkust.
- 4.2. **Pakendamata / plastivabalt pakendatud värskete puu- ja köögiviljade osakaalu suurendamine.** Lidl püüab 2025. majandusaasta lõpuks suurendada pakendamata või plastivabalt pakendatud värskete puu- ja köögiviljade kättesaadavust 5% võrra. See eesmärk välistab toidu raiskamise vältimiseks teatud tooted, nagu marjad, seemned, salatid ning muud puu- ja köögiviljad, mis on ilma nõuetekohase pakendita kergesti kahjustatavad.

4.3. **Ühekordselt kasutatava plasti müügi vähendamine.** Arvestades Lidl'i kaupluste jätkuvat laienemist Eestis, prognoositakse kogukäibe ja müüdud toodete arvu kasvu. Sellest tulenevalt ei saa Lidl lubada, et tema poodides müüdavate ühekordselt kasutatavate plasttoodete kogus väheneb tükipõhisel arvestamisel. Siiski on oluline rõhutada, et Lidl viib aktiivselt ellu mitmesuguseid käesolevas tegevuskavas kirjeldatud plasti vähendamise algatusi, et toetada plastijäätmete vähendamise kiiduväärset eesmärki. Lidl loodab saavutada proportsionaalse vähenemise ühekordselt kasutatavate plasttoodete müügis iga kaupluse kohta. Mõiste „proportsionaalne vähenemine“ tähendab selles kontekstis seda, et kuigi müügi kogumaht võib suureneeda, on Lidl'i eesmärk vähendada ühekordselt kasutatavate plasttoodete müügi osakaalu või protsenti võrreldes muude igas kaupluses müüdavate toodetega.

## **5. Huvirühmade kaasamine**

- 5.1. **Koostöö tarnijatega.** Lidl teeb aktiivselt koostööd tarnijatega, et julgustada kestlike pakendimaterjalide ja -tavade kasutamist. Lidl toetab ja annab juhiseid tarnijatele, kes võtavad kasutusele kestlikud pakendamislahendused.
- 5.2. **Klientide teadlikkus ja harimine.** Lidl suurendab klientide teadlikkust sellest, kui oluline on vähendada ühekordselt kasutatava plasti tarbimist. Kauplusesisese suhtluse, veebilehe ressursside ja sotsiaalmeedia kampaaniate kaudu teavitatakse kliente ja avalikkust üldisemalt kestlike pakendivalikute eelistest ja sellest, kuidas need saavad kaasa aidata plastijäätmete vähendamisele.

Selle tegevuskava elluviimisega soovib Lidl teha märkimisväärsed edusamme ühekordselt kasutatava plasti tarbimise vähendamisel, kestlike pakendite edendamisel ning Eesti jõupingutustesse panustamisel kooskõlas Euroopa ühekordselt kasutatavate plasttoodete direktiiviga. Kava vaadatakse läbi ja seda ajakohastatakse, kui lisanduvad uued tehnoloogiad ja parimad tavad, et kestlikkusega seotud jõupingutusi veelgi suurendada.