***INFORMACJA PRASOWA***

*Warszawa, 14 grudnia 2022 r.*

**Producenci chusteczek nawilżanych biją na alarm: trzeba edukować konsumentów i przyspieszyć działania branży w kierunku zrównoważonego rozwoju**

**Zrównoważony rozwój, przeciwdziałanie niewłaściwej utylizacji zużytych chusteczek nawilżanych oraz perspektywy rozwoju branży w kontekście obecnych wyzwań rynkowych to tematy, które zdominowały tegoroczną europejską konferencję Go Wipes, która odbyła się w Amsterdamie z udziałem ekspertów branżowych oraz producentów chusteczek, włóknin i włókien.**

**Współpraca pomiędzy wszystkimi ogniwami łańcucha dostaw jest kluczowa dla osiągnięcia zrównoważonego rozwoju w całej branży**

Wszyscy uczestnicy spotkania byli zgodni, że nie ma czasu na ‘greenwashing’, trzeba działać już teraz, korzystając z rozwiązań, które są już dostępne na rynku. Ważna jest współpraca między sektorami i rzeczywiste kroki w kierunku zrównoważonej przyszłości. Wskazywano na dużą rolę producentów i ich odpowiedzialność w całym procesie produkcji, od włóknin po wyroby gotowe.

„Jako producenci mamy obowiązek dbać o środowisko. Nie możemy czekać, aż pojawią się przepisy i zmuszą nas do działania. Musimy coś zrobić z obecną sytuacją i działać już teraz. Musimy naciskać na detalistów i dostawców, aby osiągnęli zrównoważony rozwój. Ponosimy osobistą odpowiedzialność za zmianę dla przyszłych pokoleń” – mówił podczas swojego wystąpienia na Go Wipes polski ekspert Gabriel Kermiche, prezes Ecowipes.

Nieodłącznym elementem zrównoważonego rozwoju jest neutralność pod względem emisji dwutlenku węgla. Zdaniem ekspertów, aby osiągnąć ten cel, potrzebna jest współpraca pomiędzy wszystkimi ogniwami łańcucha dostaw, dostawca – producent – właściciel marki. Wszyscy oni powinni być zaangażowani w realizację celów zrównoważonego rozwoju i osiągnięcie neutralności pod względem emisji CO2. Zmniejszenie śladu węglowego można osiągnąć poprzez ograniczenie konsumpcji, ale także programy kompensacyjne, czyli angażowanie się m.in. w ochronę lasów, tak aby zrekompensować ślad węglowy, którego nie można uniknąć podczas produkcji.

**Biodegradowalne chusteczki to krok ku czystszemu środowisku i lepszej przyszłości**

Chusteczki biodegradowalne, czyli wolne od plastiku, stają się coraz bardziej widoczne na polskim i europejskim rynku, choć na całym świecie wciąż stanowią rosnący segment. Ecowipes, jako europejski lider w produkcji biodegradowalnych chusteczek nawilżanych, nieustannie pracuje nad przyspieszeniem zmian na rynku. „Z dumą możemy powiedzieć, że zrobiliśmy już rewolucję na półkach polskich sieci handlowych i większość dostępnych w naszym kraju chusteczek jest obecnie biodegradowalna, czyli pozbawiona plastiku. Naszym kolejnym celem jest zmiana na półkach sklepowych w całej Europie. Jesteśmy na dobrej drodze, aby to zrobić,” mówił Gabriel Kermiche, prezes Ecowipes.

**Polska technologia wyprzedziła rynek**

W segmencie włóknin zdecydowanie rośnie zainteresowanie pulpą celulozową. Przemawiają za tym korzyści dla środowiska oraz atrakcyjna cena tego surowca. „To, co rynek właśnie odkrywa, w Ecowipes wiemy już od dawna. Stworzona przez nasz dział R&D biodegradowalna włóknina Tricell na bazie pulpy celulozowej doskonale wpisuje się w aktualne trendy i odpowiada na potrzeby rynku, który jest obecnie pod dużą presją cenową,” wyjaśnił G. Kermiche. „Aby produkcja była opłacalna, musimy skupić się nie tylko na biodegradowalności, ale także na ekonomii i przystępnej cenie tych produktów dla konsumentów. Dzięki Tricell mamy większą elastyczność w podwyżkach cen, co stanowi wyzwanie dla wzrostu kosztów na rynku” – przekonywał Kermiche.

Niektóre kraje i sieci handlowe rozważają całkowity zakaz sprzedaży chusteczek zawierających plastik, a inne już podejmują konkretne decyzje. Na przykład Tesco, Boots czy Aldi wycofały ze sprzedaży chusteczki na bazie plastiku we wszystkich swoich sklepach w Wielkiej Brytanii. Zakaz ten dotyczy nie tylko produktów marek własnych, ale także artykułów znanych brandów. Zmiana ta zachodzi powoli, ponieważ na rynku wciąż pojawiają się obawy, że nie ma alternatywy dla wyrobów z tworzyw sztucznych. „To jest błędne myślenie”, uważa Gabriel Kermiche, prezes Ecowipes. „Powinniśmy zakazać chusteczek na bazie plastiku, tak jak zakazaliśmy patyczków na bazie plastiku. Niektórzy twierdzą, że nie ma jeszcze powszechnie dostępnych alternatyw. Mówię – tak, są!,” argumentował podczas swojego przemówienia na konferencji Go Wipes.

Pomimo obecnych wyzwań stojących przed firmami, takich jak ceny energii, inflacja i rosyjska agresja na Ukrainę, organizacja badawcza Smithers szacuje, że rynek chusteczek nawilżanych będzie nadal rósł w ujęciu rocznym o 6,9%.

**Trzeba położyć większy nacisk na edukację konsumentów**

Dużo uwagi poświęcono również problemowi niewłaściwej utylizacji zużytych chusteczek, która wywołuje poważne problemy gospodarcze i środowiskowe. Jednym z nich są powtarzające się, uporczywe awarie sieci kanalizacyjnej, których przyczyną się wyrzucane do ścieków zużyte chusteczki, powodujące m.in. zatykanie rur. Eksperci biorący udział w debacie zorganizowanej podczas Go Wipes: Lara Wyss z Responsible Flushing Alliance, dr Anna Gergely – specjalistka prawa międzynarodowego i regulacji unijnych, Peter Henley z Water Research Centre UK oraz Gabriel Kermiche, prezes Ecowipes, zwrócili uwagę na potrzebę czytelnego oznakowania opakowań chusteczek. Dyskutowano także nad kwestią możliwości spłukiwania, czy lepsze są komunikaty pozytywne (spłukiwalne), czy negatywne (nie można wrzucać do toalety). Eksperci doszli do wniosku, że oba przekazy powinny być stosowane w połączeniu ze sobą, ale muszą być poparte dogłębną edukacją oraz dużą odpowiedzialnością producentów chusteczek.

„Bardzo ważne jest odróżnienie chusteczek dla niemowląt od papieru toaletowego. Wszystkie chusteczki dla niemowląt należy uważać za nienadające się do spłukiwania, nawet jeśli można je spłukiwać. To kwestia globalnej edukacji i zrozumienia, że tylko papier (suchy lub mokry) można spłukiwać” – przekonywał Gabriel Kermiche.

Z kolei dr Anna Gergely wspomniała, że branża musi być proaktywna: „Nie można pozwolić, aby głosy nienaukowe dyktowały, jak zwykli ludzie powinni rozumieć właściwą utylizację chusteczek. Komisja Europejska jest otwarta na zaangażowanie przemysłu w tworzenie prawa. Koniec końców branża musi rozwiązać problem. Działania edukacyjne i regulacyjne są ważne. Właściwe oznakowanie jest koniecznością.”

W podobnym tonie wypowiadała się też Lara Wyss, która podkreśliła, że branża musi być konsekwentna i proaktywna. „Musimy edukować dzieci, aktywistów, wodociągi i ustawodawców. Nie potrzebujemy innych do opowiadania naszych historii. Musimy być narratorem. Mówienie jednym głosem jest tutaj kluczowe,” przekonywała L. Wyss.

Branża higieniczno-kosmetyczna jest zdeterminowana, aby przyspieszyć zmiany w kierunku zrównoważonego rozwoju. Duży wkład w ten proces wniosła już firma Ecowipes. Im szybciej inni producenci pójdą polskim śladem, tym lepiej dla środowiska i naszej przyszłości.

\*\*\*

**Ecowipes**

Firma Ecowipes, z siedzibą w Nowym Dworze Mazowieckim, specjalizuje się w produkcji ekologicznych artykułów higieniczno-kosmetycznych (chusteczki, płatki, patyczki kosmetyczne) i marek własnych dla największych sieci handlowych, jak np. Lidl, Biedronka, Auchan, dzięki czemu wyroby firmy są dostępne w wielu europejskich sklepach.

Wyróżnikiem Ecowipes są innowacyjne technologie ekologiczne oraz szerokie portfolio biodegradowalnych rozwiązań. Aby ograniczyć ślad węglowy przedsiębiorstwo stawia na surowce nisko przetworzone i pochodzące od lokalnych dostawców. Ponadto firma pracuje na materiałach ze źródeł odnawialnych, jak również zwiększa stopień wykorzystania recyklatu. Ecowipes kładzie też duży nacisk na edukację konsumentów i inspirowanie ich do zmiany codziennych nawyków.

\*\*\*

Więcej informacji udziela:

*Marlena Garucka-Kubajek*

*Biuro Prasowe Ecowipes*

*Tel: 506 051 987*

*e-mail: marlena.garucka**@alertmedia.pl*