



STRATOS
EXCELENȚĂ ÎN MEDIU



ARAM



MEDNET
marketing research center

Economia circulară în domeniul ambalajelor

Cercetare exploratorie a modului în
care companiile active din România se
pregătesc pentru economia circulară

Cuprins

Context	2	Chestionar	7	Metodologie	23
Rezumat executiv	4	Nivelul de pregătire al companiilor în domeniul economiei circulare	7	Contact	24
Concluzie generală	6	Impactul economiei circulare perceput de companii	10		
		Nivelul actual de implicare al companiilor privind economia circulară	14		
		Eco-design	17		
		Impactul contextului legislativ	19		
		Abordarea consumatorului	21		

Context

În contextul preocupărilor pentru sustenabilitate și reducerea impactului economiei asupra mediului, [Uniunea Europeană a adoptat în martie 2020 Planul de Acțiune privind Economia Circulară](#), ce vizează proiectarea ecologică (ecodesignul) pentru a decupla creșterea economică de utilizarea resurselor, regenerarea sistemelor naturale, protejând în același timp resursele naturale și stimulând o creștere durabilă. În acest sens, UE își propune să își reducă amprenta de consum și să își dubleze rata de utilizare a materialelor circulare în următorul deceniu.

De asemenea, prin intermediul Strategiei Naționale privind Economia Circulară și Planul de Acțiune asociat, [România și-a asumat în 2022 obligațiile privind tranziția de la modelul economic liniar la cel circular](#), stabilind obiective cheie precum prioritizarea producției locale, utilizarea sustenabilă a resurselor naturale și promovarea educației și formării profesionale în acest domeniu.

În acest context, Planul Național de Redresare și Reziliență este sursa publică principală de finanțare a tranziției, indicată în Planul de Acțiune național, însă nu ne putem opri aici. Tranziția trebuie asigurată inclusiv prin inițiative private finanțate din surse private, dar și prin programe de educare și formare profesională.



La nivel global, conform [Circularity Gap Report 2024](#), nivelul de circularitate este în scădere, de la 9.1% în 2018 la 7.2% în 2023, deși consumul de materii prime a avut o creștere fulminantă: [în ultimii 6 ani am consumat o cantitate aproape egală cu întregul secol 20](#). Modelul actual de dezvoltare este așadar defectuos. Planeta nu poate susține o creștere infinită a consumului, resursele materiale și financiare sunt distribuite inegal ducând la războaie și migrare în masă, mediul este afectat în mod inegal, iar accelerarea consumului nu mai oferă bunăstare și progresul dorit.



La nivel local, datele Eurostat arată că în anul 2022 România avea o [rată a circularității de numai 1,4%](#), comparativ cu media UE de 11,5%. Asemănător trendului global, nivelul național al circularității este în scădere, versus 2013 când aveam o rată a circularității de 2,5%. Există așadar o nevoie stringentă de accelerare a tranziției către circularitate, iar România are un potențial semnificativ de creștere în următorii ani prin investiții publice și private de impact.

În ceea ce privește piața ambalajelor, tranziția către circularitate este un focus principal ce va avea un impact semnificativ asupra companiilor, datorită obligațiilor legale ce vor reieși din strategiile europene și cele naționale, datorită consumatorilor care acordă o mai mare importanță sustenabilității atunci când aleg un produs dar și datorită peisajului competitiv în care se remarcă organizațiile care se aliniază rapid nevoilor pieței iar cele care nu se alătură trendului riscă să piardă din cota de piață, mai ales în contextul unei piețe comune europene.

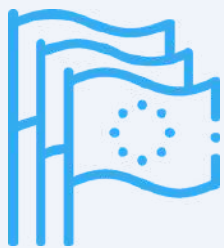
De asemenea, la nivelul tuturor strategiilor se constată nevoia de inovare în domeniu, pentru a asigura tranziția. Simpla reciclare a materialelor nu este suficientă pentru asigurarea sustenabilității economiilor globale pe termen lung, iar companiile trebuie să fie o parte activă a acestor procese, atât prin finanțarea programelor academice, cât și prin dezvoltarea propriilor capacități de cercetare-dezvoltare.

Este bine cunoscut că doar printr-un efort comun și centralizat, acest model economic poate deveni mai viabil, mai eficient și mai adaptat contextului național.



Stratos și Eco Synergy, împreună cu ARAM în calitate de knowledge partner, prin intermediul companiei de cercetare de piață MEDNET Marketing Research Center, au realizat un studiu în rândul companiilor din România cu scopul de a afla care este stadiul și care sunt provocările cu care se confruntă producătorii/importatorii în procesul de implementare a principiilor economiei circulare în domeniul ambalajelor.

Rezumat executiv



La nivel european se conturează un set de modificări legislative ce reies din obiectivele Pactului Verde European, cu accent pe managementul deșeurilor și al ambalajelor, menite să asigure transformarea modelului economic liniar actual în unul circular.

Adoptarea de noi legi, deși benefică, nu este singurul factor cheie în tranziția către economia circulară, fiind necesară implicarea activă a mediului privat prin acțiuni strategice interne, la nivelul fiecărei organizații. **Mai mult, conceptul economiei circulare este unul nou, ce încă nu se regăsește în cunoștințele angajaților care își susțin propriile organizații în procesele interne de adaptare, crescând astfel nivelul de dificultate și timpul necesar pentru a realiza tranziția.**

Constatările cheie includ un nivel divers de implicare în practicile specifice economiei circulare în rândul companiilor, acestea fiind în diverse stadii de implementare a acțiunilor interne.

Analiza a evidențiat un nivel scăzut de cunoștințe în domeniu, ceea ce pune sub semn de întrebare rapiditatea cu care societatea poate asigura tranziția. **Formarea profesională a angajaților și educarea consumatorului final sunt aspecte cheie** ale acestei tranziții către circularitate. În contrast, programele educaționale nu se află printre prioritățile principale identificate de respondenți. **În lipsa acestor programe de formare profesională, companiile se axează în principal pe conformarea legislativă.**

Implementarea de acțiuni specifice se află în mare parte la început de drum, majoritatea companiilor fiind încă în etapa de analiză, iar în cazul celor care deja au acțiuni întreprinse, se observă un focus principal pe subiecte precum managementul deșeurilor, înlocuirea materialelor cu unele mai prietenoase cu mediul și reducerea cantității de ambalaje. Principiile de ecodesign ale ambalajelor, care ar asigura reparabilitatea și reciclabilitatea acestora se află la coada clasamentului.

Deși nivelul de pregătire al angajaților este unul scăzut, companiile identifică totuși un set de beneficii cheie specifice domeniului, anume reducerea costurilor și îmbunătățirea imaginii companiei, beneficii ce au potențialul de a crește interesul pentru implementarea principiilor specifice și pentru asigurarea tranziției.

Există totuși și provocări în acest proces complex. Tranziția către circularitate va presupune adaptarea și transformarea propriului model de afaceri, iar aspectele legate de disponibilitatea materiilor prime reciclate ce influențează costul acestora, ecodesign-ul ambalajelor și inovarea în sfera fluxurilor tehnologice sunt principalele bariere identificate de respondenți.

Companiile nu sunt însă singurele responsabile de succesul sau eșecul tranziției. O bună majoritate a celor intervievați au indicat o responsabilitate comună la nivel național între autorități, mediul privat, mediul academic și cetățeni. Acțiuni coordonate la nivelul societății, de coerciție, informare și implementare a acțiunilor ce revin în responsabilitatea fiecărui actor sunt elemente cheie ale succesului.



În principal, constrângerile legislative sunt motorul din spatele inițiativelor de reducere a deșeurilor de ambalaje, si nu o abordare care să vizeze principal economia circulară. În plus, există o discrepanță între companiile multinaționale, în care reducerea deșeurilor de ambalaje reprezintă o inițiativă globală, și companiile mici care abia încep să se alinieze cerințelor legislative.



Concluzie

Punând sub lupă contextul actual național, integrarea principiilor economiei circulare în România se află, în mod evident, într-un stadiu incipient.

Companiile au nevoie în mod activ de o înțelegere atât în detaliu a conceptelor importante cât și de o imagine de ansamblu a practicilor economiei circulare.

Există o nevoie palpabilă de îndrumare de specialitate pentru a permite integrarea acestor principii esențiale în strategiile corporative. În același timp, există și o nevoie de campanii extinse de informare și conștientizare care să promoveze aceste concepte și abordări într-un context de colaborare public-privat, pentru a atinge o audiență cât mai vastă. **Eforturi concentrate și bine structurate sunt necesare pentru a crea un mediu propice practicilor economiei circulare, inclusiv din partea autorităților legislative și executive.**

Nivelul de pregătire al companiilor în domeniul economiei circulare

Începem analiza având ca punct de plecare nivelul de familiaritate cu domeniul, astfel că doar **37,5% dintre companii recunosc și inițiază programe relevante**, sectorul corporativ al României arătând un angajament relativ scăzut față de circularitate. În timp ce **24,2% sunt încă în faze incipiente de familiarizare**, făcând pași către reciclare și reducerea ambalajelor, un procent notabil de **38,3% nu au început să integreze aceste principii de circularitate** în operațiunile lor, indicând un potențial ridicat de creștere și dezvoltare în domeniu.

În ceea ce privește practicile durabile, peste jumătate dintre companiile chestionate și-au arătat deschiderea în mod activ, 54,2% confirmând că strategiile pentru încorporarea principiilor economiei circulare în ambalarea produselor lor sunt deja inițiate. Acest lucru conturează începutul tranziției corporațiilor către durabilitate, echilibrând considerentele de mediu cu imperativele economice. Cu toate acestea, ce putem observa, este că aceste principii sunt abordate relativ recent, nefiind bine integrate în strategia companiilor.



La nivelul companiei dumneavoastră, cât de familiar apreciați că este conceptul de economie circulară în domeniul ambalajelor?

Notă: răspuns unic

Cunoaștem conceptul și implementăm diverse programe în acest sens

37.5%

Nu suntem foarte familiarizați cu conceptul, dar facem eforturi în această direcție cu diverse programe în domeniul reciclării, reutilizării, reducerii cantităților de ambalaje

24.2%

Nu cunoaștem conceptul și nici nu am implementat vreun program în acest sens

23.3%

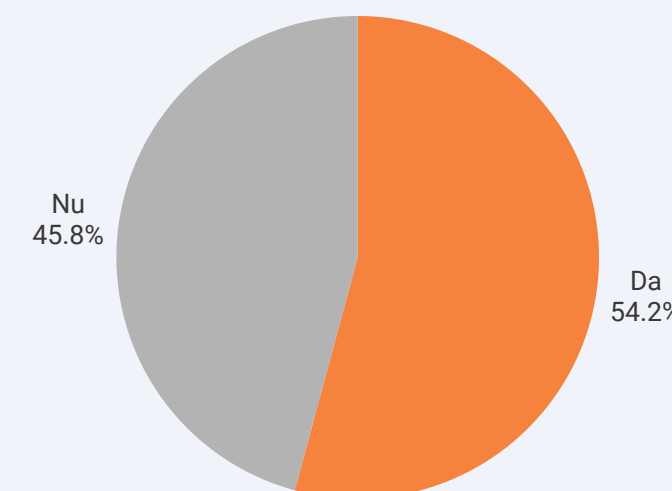
Cunoaștem conceptul, dar nu am implementat strategii din diverse motive (restricții bugetare, lipsa constrângerilor legislative, etc.)

15.0%



La nivelul companiei dumneavoastră există o strategie de aplicare a principiilor economiei circulare pe zona ambalajelor propriilor produse?

Notă: răspuns unic



În ce an a fost lansată această strategie?

Notă: răspuns unic

2010 sau mai devreme

12.3%

2011-2020

49.2%

2021 sau mai recent

38.5%

În cadrul peisajului corporativ, dintre cele 54,2% de companii, care trasează deja un curs strategic către circularitate, cele trei direcții prioritare aflate în focus sunt:

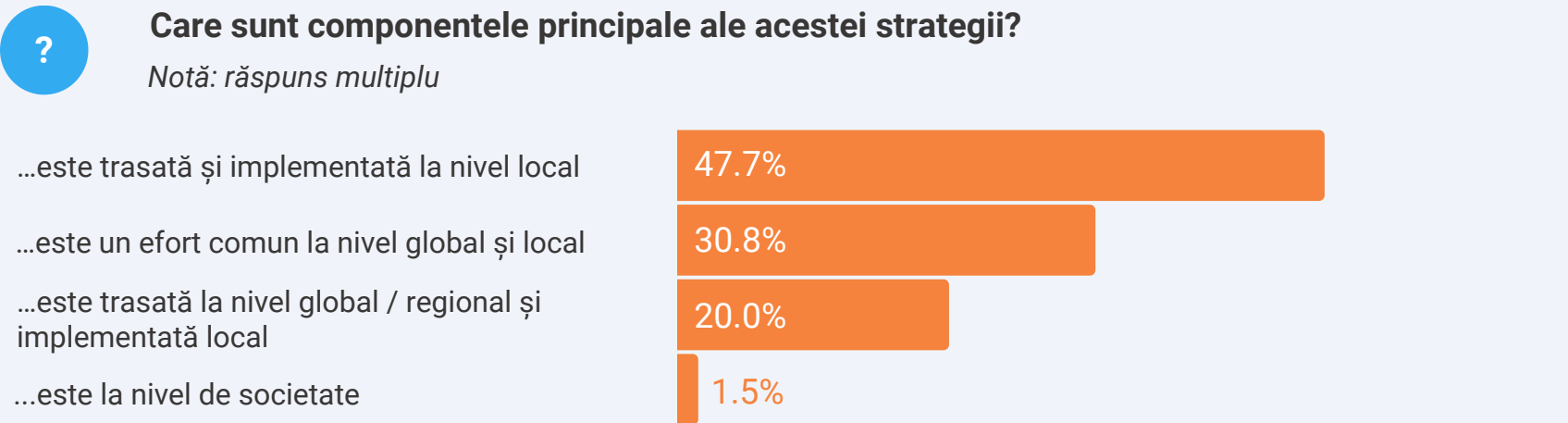
- amplificarea eforturilor de colectare și reciclare (68,8%),
- reducerea deșeurilor generate (67,2%),
- reducerea ambalajelor (60,9%).

Aceste mențiuni descriu imaginea unor acțiuni îndreptate către o economie circulară, evidențiind măsuri proactive în gestionarea deșeurilor și optimizarea resurselor. Abordarea circularității strict din perspectiva managementului deșeurilor nu este suficientă pentru asigurarea tranziției. Este nevoie de un focus sporit asupra modului de gândire a **design-ului produselor, care acum se află la numai 29,7%**, fiind necesară aplicarea principiilor de durabilitate precum creșterea duratei de viață, prioritizarea reparării și reutilizării produselor dar și un design care să faciliteze reciclarea, în ultimă instanță.



*acesta a fost un răspuns deschis, oferit de una dintre companii

Pentru aproape jumătate (47,7%) dintre companii, strategiile sunt definite și implementate la nivel local, demonstrând un efort de a adapta soluțiile la nevoile individuale. Acest aspect relevă o abordare descentralizată prin acțiuni disparate și necorelate, evidențiind lipsa unei viziuni strategice ample la nivel macroeconomic.



Cele mai frecvente măsuri de reducere a deșeurilor adoptate de companii sunt:
diminuarea cantităților de plastic și carton utilizate în depozitare și transport și utilizarea deșeurilor pentru producerea de energie.

Companiile care navighează spre trecerea de la modelele de afaceri liniare la cele circulare, identifică beneficiile cheie ca fiind: reducerea costurilor operaționale (58,8%), valoarea sporită a mărcii (42,9%) sugerând o oportunitate percepută de consolidare a poziției pe piață, dar și încrederea sporită a părților interesate (36,1%) ce indică creșterea capitalului relațional. Interpretând aceste răspunsuri în contextul nivelului autoevaluat de familiaritate cu domeniul, rezultă că [organizațiile înțeleg beneficiile, fără a avea însă un nivel de pregătire necesar pentru a le putea obține.](#)

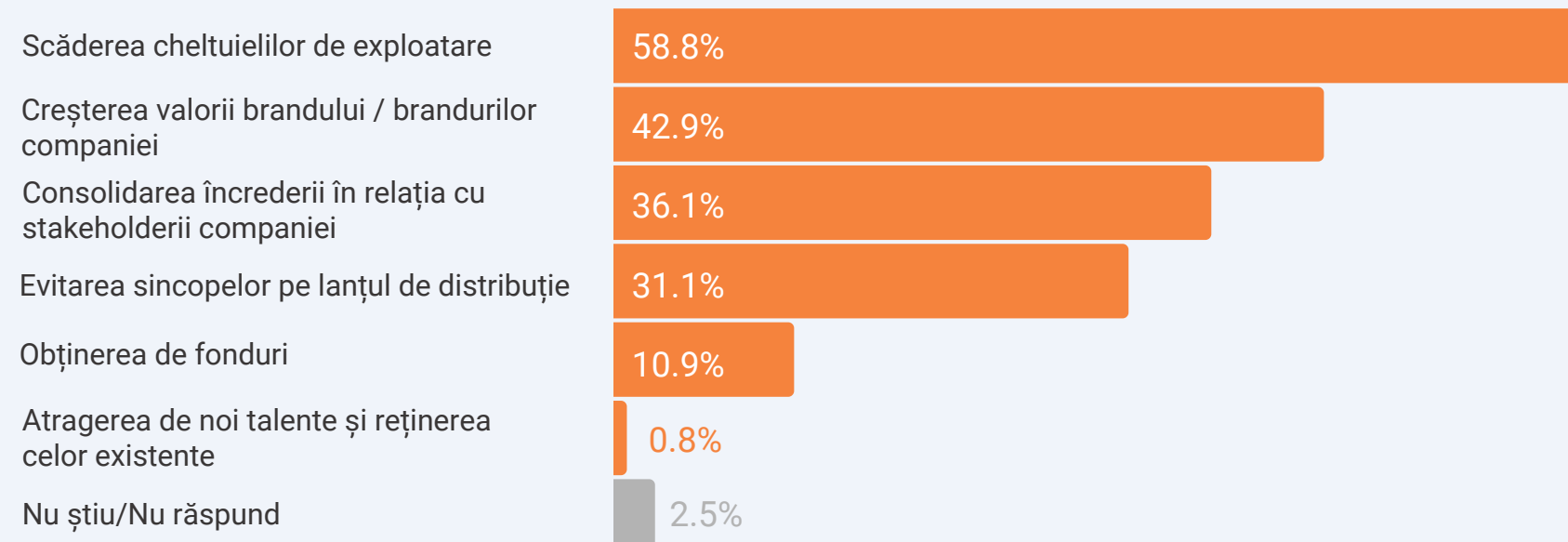
Astfel putem concluziona că [sectorul corporativ din România se află la un moment de cotitură în adoptarea economiei circulare](#), cu un angajament variat între companii, ce pornește de la inițiative relativ noi și ajunge până la strategii de circularitate bine definite. Deși un procent semnificativ de companii încă nu au integrat aceste principii în operațiunile lor, există o tendință clară spre adoptarea acestor practici, evidențiată prin eforturile de colectare și reciclare, reducerea deșeurilor și a ambalajelor, cu beneficii recunoscute în reducerea costurilor și îmbunătățirea valorii mărcii.

Această tranziție, deși încă în fazele sale incipiente, ne arată că la nivel național se fac pași importanți către alinierea la imperativele economice globale de mediu, fiind necesară o viziune strategică integrată la nivel național pentru a amplifica impactul și eficacitatea acestor eforturi. Aceste perspective confirmă faptul că, în timp ce trecerea către o economie circulară câștigă teren, prin identificarea oportunităților de business, există totuși [nevoia unor acțiuni mai răspândite și mai coezive în acest sector.](#)

?

Care considerați că sunt, în general, beneficiile modelului economic circular pentru o companie?

Notă: răspuns multiplu

**58,8%**

identifică beneficiile cheie ca fiind reducerea costurilor operaționale

42,9%

identifică beneficiile cheie ca fiind valoarea sporită a mărcii

36,1%

identifică beneficiile cheie ca fiind consolidarea poziției pe piață, dar și încrederea sporită a părților interesate

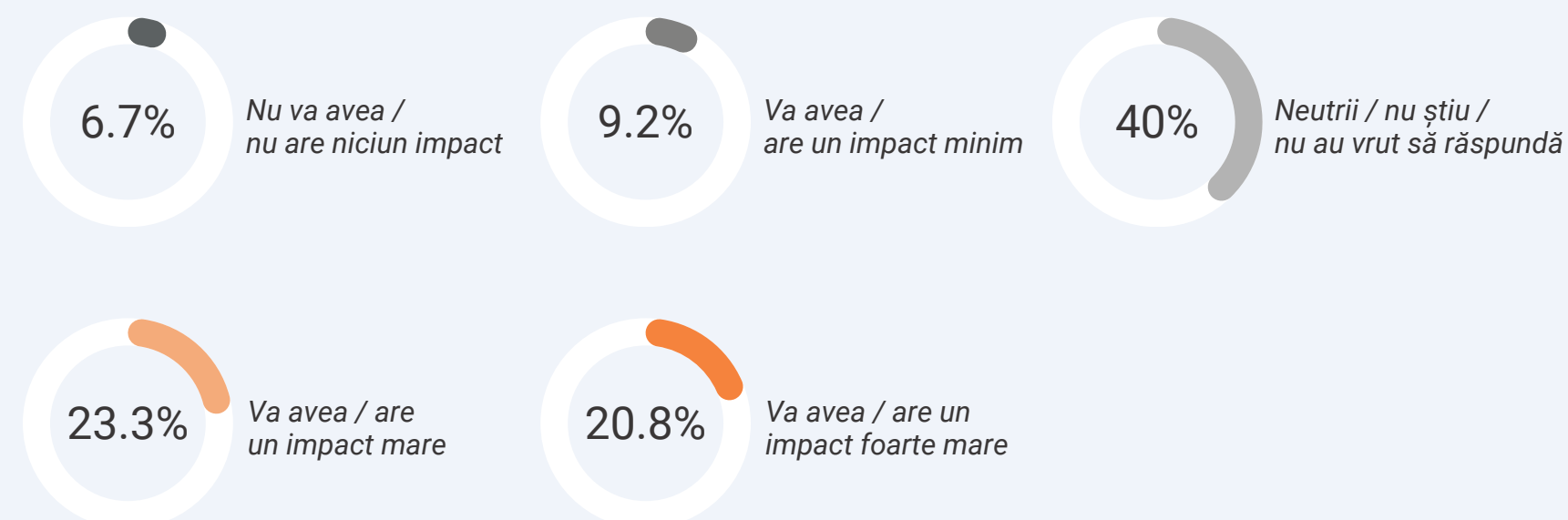
Impactul economiei circulare perceput de companii

În privința efectelor percepute de companii, **44,1% se concentrează pe schimbare**, anticipând beneficii substanțiale pentru operațiunile lor, în timp ce doar **15,9% rămân sceptici**, așteptându-se la un impact scăzut sau inexistent. **Totuși, un procent considerabil, de 40% dintre companiile intervievate, nu pot estima amploarea impactului asupra activității companiei.** Această dualitate relevă gradul mare de diferență în ceea ce privește înțelegerea impactului acestei tranziții.

Abordând mai în detaliu tipul impactului previzionat sau resimțit deja de companii în ceea ce privește sectorul ambalajelor, **aproximativ 38,3% dintre companii identifică o îmbunătățire** a reputației lor corporative ca un avantaj-cheie al adoptării principiilor economiei circulare, în timp ce **o treime (34,2%) proiectează o reducere a costurilor asociate ambalajelor, spre deosebire de cei 23,3% care anticipează creșterea cheltuielilor.** Companiile au așadar o previziune complexă, beneficiile anticipate coexistând cu preocupările legate de potențialele sarcini financiare.

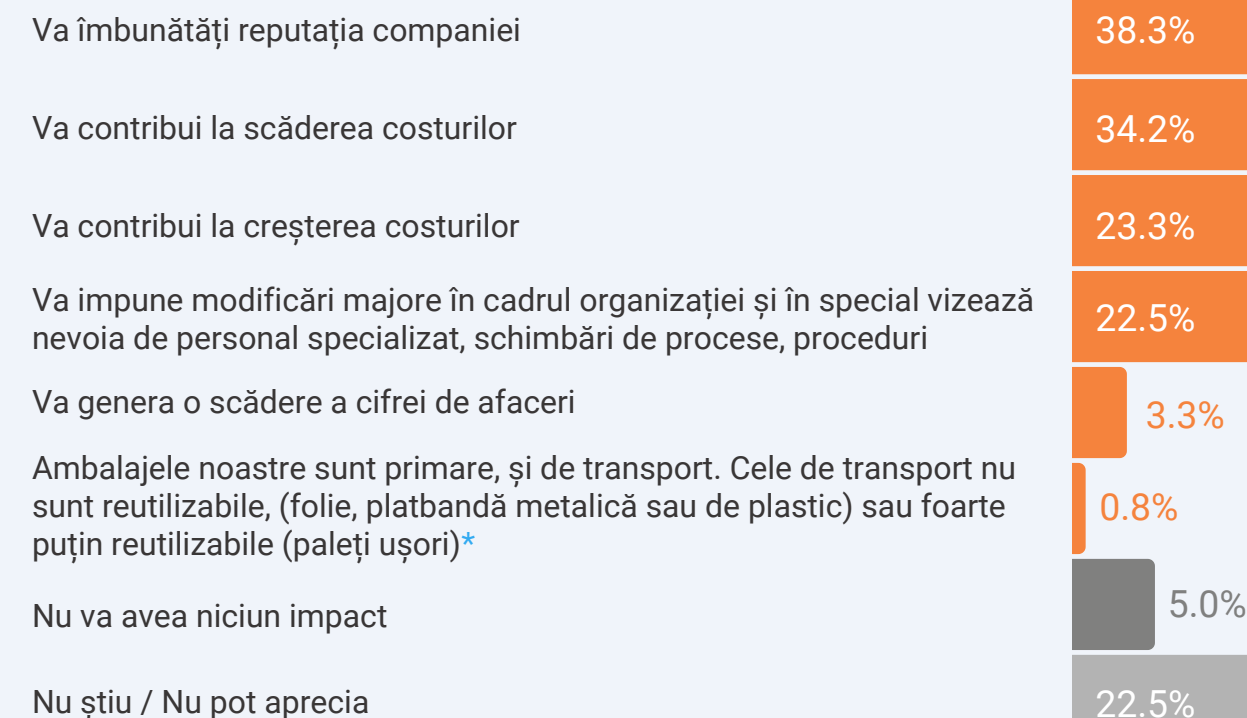
Cum apreciați impactul pe care implementarea principiilor de economie circulară îl are / îl va avea asupra activității companiei dumneavoastră?

Notă: răspuns unic



Ce tip de impact apreciați că are implementarea principiilor de economie circulară în domeniul ambalajelor, pe termen scurt și mediu, la nivelul companiei dumneavoastră?

Notă: răspuns multiplu



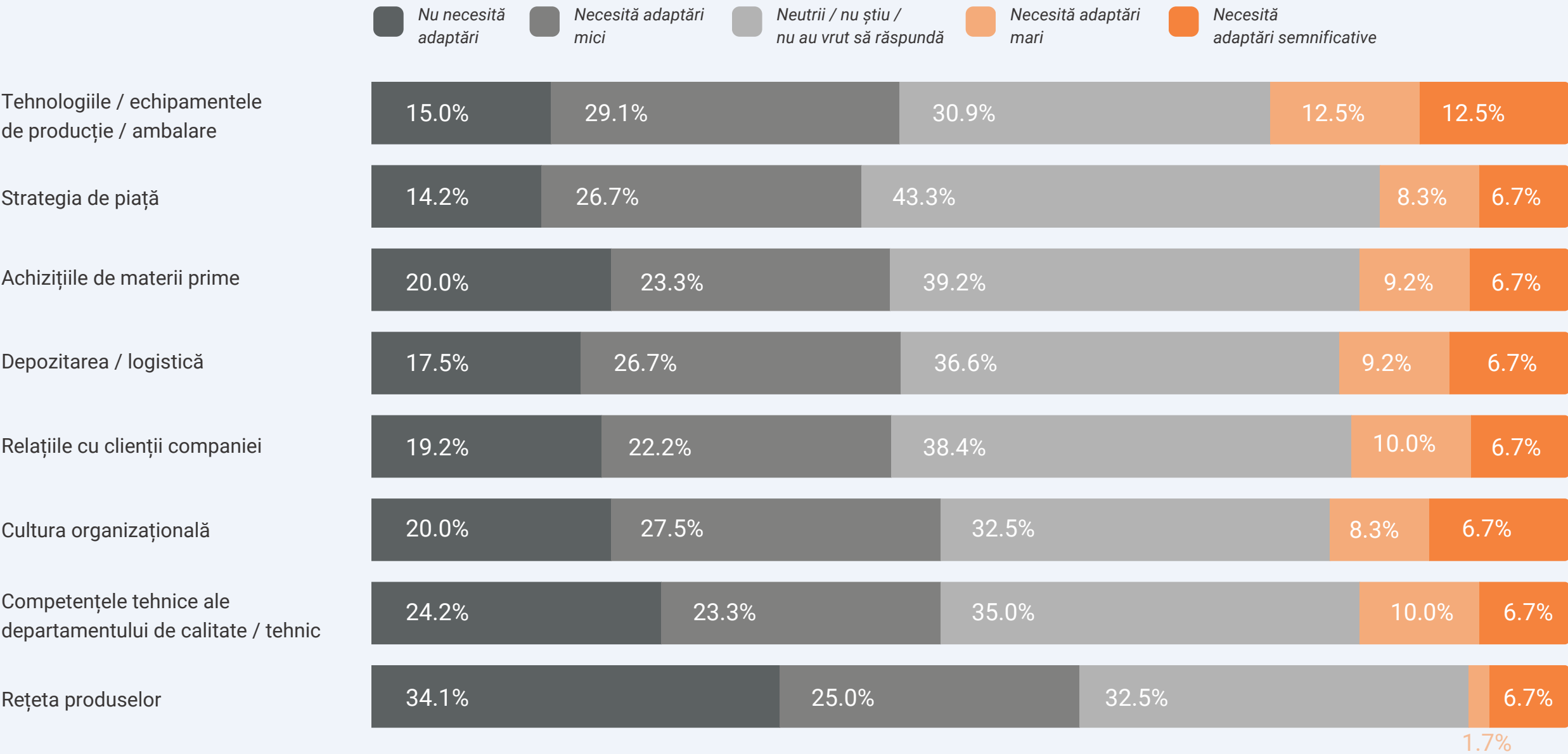
* acesta a fost un răspuns deschis, oferit de una dintre companii

În vederea adaptării companiilor la modelul de economie circulară, cele mai importante aspecte identificate ce necesită modificări sunt tehnologiile de producție și ambalare, strategia de piață și achiziția de materii prime. Toate aceste trei aspecte evidențiază nevoia implementării de acțiuni ce duc la o schimbare operațională, și marchează punctul în care inovația și strategia se întâlnesc cu realitatea materială a practicilor durabile.

?

În ce măsură considerați ca următoarele zone de interes din compania dumneavoastră necesită adaptări în vederea trecerii la aplicarea principiilor de economie circulară în domeniul ambalajelor?

Notă: răspuns unic

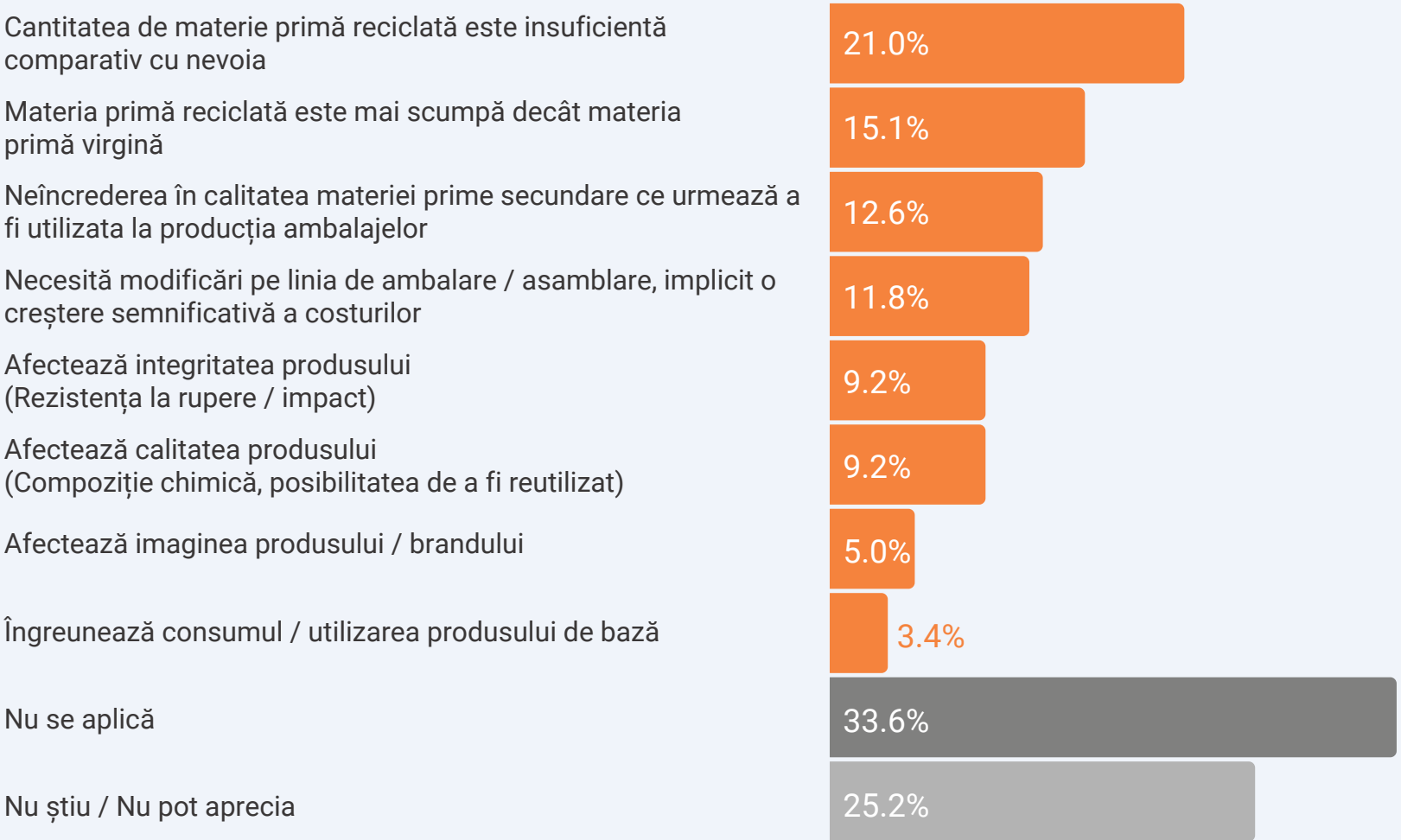


Provocările pe termen scurt și mediu, identificate în contextul utilizării materiilor prime reciclate, vizează aprovizionarea inadecvată, costurile mai mari în comparație cu materialele virgine și preocupările legate de calitatea materialelor. Astfel, optimizarea lanțurilor de aprovizionare, creșterea gradului de reciclabilitate a ambalajelor prin aplicarea principiilor de ecodesign și investițiile în tehnologii eficiente de reciclare sunt esențiale pentru a adresa aceste provocări și a îmbunătăți viabilitatea economică și calitatea materiilor prime reciclate.

?

Care credeți că sunt **PROVOCĂRILE** pe termen scurt și mediu asociate folosirii materiei prime reciclate / secundare în producția de ambalaje, pentru compania dumneavoastră?

Notă: răspuns multiplu

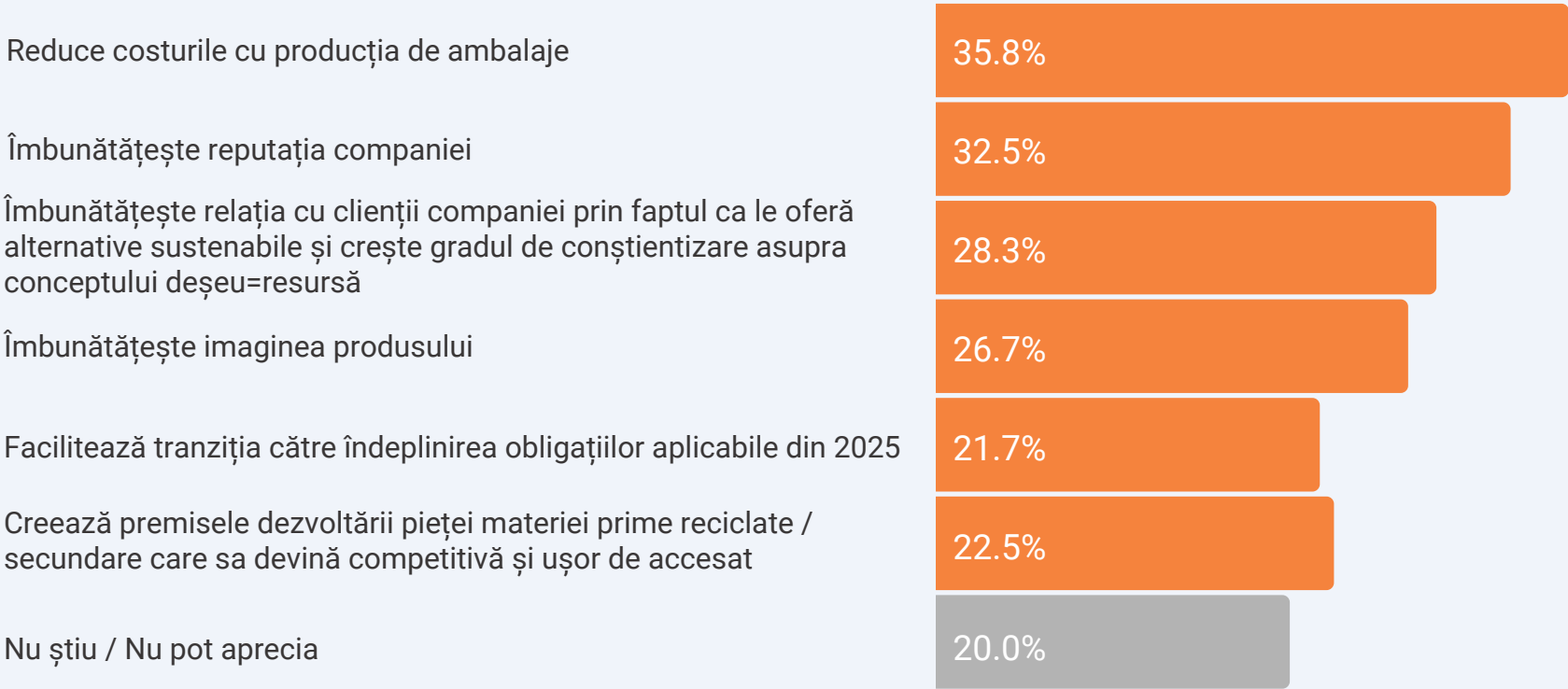


Printre beneficiile pe termen scurt și mediu identificate de către companii în urma utilizării materiilor prime reciclate, se regăsesc economiile de costuri în producția de ambalaje, reputația îmbunătățită a companiei și consolidarea relațiilor cu clienții. Astfel, utilizarea materiilor prime reciclate se dovedește a fi pentru companii, nu doar o strategie sustenabilă din punct de vedere al circularității, ci și un vector puternic de creștere economică și de fidelizare a clienților. **Cu toate acestea, 20% dintre companii încă nu cunosc sau nu sunt în măsură să identifice beneficiile materiilor prime reciclate.**

?

Care credeți că sunt **BENEFICIILE** pe termen scurt și mediu asociate folosirii materiei prime reciclate / secundare în producția de ambalaje, pentru compania dumneavoastră?

Notă: răspuns multiplu



În demersul de identificare a celor mai răspândite inițiative cu impact asupra nivelului de circularitate a ambalajelor, observăm acțiuni concentrate pe reducerea cantitativă a ambalajelor (52,5%), colectarea separată corespunzătoare a deșeurilor din activitatea logistică/operațională cu încredințarea acestora către reciclare (43.3%) și reducerea supra ambalării (30,8%) alături de creșterea ponderii ambalajelor reutilizabile pentru transport (30.8%). **Aceste inițiative subliniază o tendință clară în rândul companiilor de a adopta strategii de sustenabilitate prin optimizarea modului de utilizare a resurselor și minimizarea impactului, indicând un interes în creștere față de principiile economiei circulare, dar un interes încă timid față de principiile de ecodesign (24,2%) și nesusținut de eforturi suficiente de formare profesională (21,7%).**



Care dintre următoarele inițiative privind circularitatea ambalajelor se aplică în cazul companiei dumneavoastră?

Notă: răspuns multiplu

Reducerea cantităților de ambalaje (folie, carton etc) în procesul de ambalare a produselor	52.5%
Colectarea separată corectă a deșeurilor de ambalaje din activitatea logistică / operațională și încredințarea către reciclare	43.3%
Reducerea supra ambalării	30.8%
Creșterea cantităților de ambalaje reutilizabile pentru transportul produselor	30.8%
Creșterea procentului de materie primă reciclată în ambalajele produselor pe care le comercializăm	26.7%
Asigurarea îndeplinirii ȋintelor minime de reciclare a ambalajelor prin metode individuale sau prin finanțare OIREP	25.8%
Proiectarea ambalajelor utilizând cerințe de proiectare ecologică (reciclabilitate, reparabilitate, reutilizare, etc.)	24.2%
Realizarea de programe / training-uri cu angajații pentru conștientizarea importanței colectării separate / reducerii cantităților de deșeuri	21.7%
Reducerea cantităților de materie primă în ambalajele produselor	17.5%
Selectarea materiei prime pentru ambalaje astfel încât acestea să permită reutilizarea / reciclarea / bio degradarea	17.5%
Noi nu avem ambalaje de produs	0.8%
Nu știu/Nu răspund	1.7%

52,5%

practică acțiuni concentrate pe reducerea cantitativă a ambalajelor

21,7%

realizează activități de conștientizare la nivelul angajaților

Nivelul actual de implicare al companiilor privind economia circulară

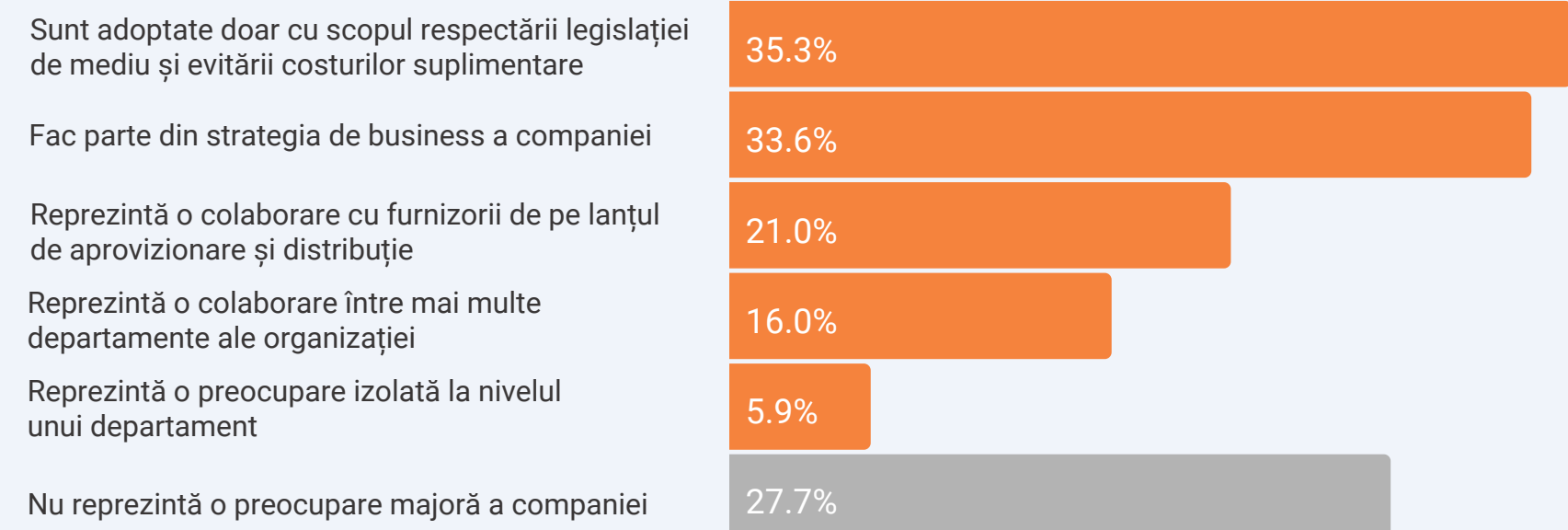
Peisajul actual al adoptării economiei circulare de către companiile ce activează în România relevă o interacțiune complexă între conformarea cu cerințele legale, integrare strategică a principiilor de circularitate și adaptarea interacțiunilor cu partenerii din lanțul valoric. Cei mai mulți, **peste o treime (35,3%) se angajează în practici circulare ca răspuns la cerințele legale**, cu scopul de a evita potențialele penalități și costuri suplimentare. Cu toate acestea, 33,6% dintre companii integrează aceste practici în nucleul strategiilor lor de afaceri, recunoscând valoarea pe termen lung dincolo de simpla conformitate.

În sfera opusă, un procent semnificativ de companii **(27,7%) încă nu au ca preocupare majoră tranziția către un model de economie circulară**. Astfel, se poate deduce că, deși există o recunoaștere crescândă a beneficiilor dincolo de conformare, o parte considerabilă a companiilor încă ezită să adopte acest model în strategia lor de dezvoltare, indicând necesitatea unor stimuli suplimentari, fie sub forma unor avantaje competitive clar definite, fie prin sprijin educațional și încurajare din partea autorităților.

?

Care dintre următoarele afirmații reflectă situația inițiativelor privind economia circulară în compania dumneavoastră?

Notă: răspuns multiplu



35,3%

dintre companii se angajează în practici circulare ca răspuns la cerințele legale

33,6%

integrează aceste practici în nucleul strategiilor lor de afaceri

27,7%

nu au ca preocupare majoră tranziția către un model de economie circulară

Analizând stadiul de dezvoltare al acestor practici în mediul de business românesc, un segment substanțial (55,9%) se află în faza incipientă de analiză. Între timp, cei cu o experiență mai profundă (16,7%) deschid drumul, iar un grup select (15,8%) s-a remarcat cu certificarea Zero Waste, indicând un angajament solid și dovedit față de sustenabilitate. Această distribuție a stadiilor de dezvoltare sugerează că, deși există un nucleu inovator și angajat în adoptarea practicilor de sustenabilitate, **majoritatea companiilor intervievate se află încă la începutul tranziției spre circularitate, semnalând oportunități semnificative de creștere și maturizare în acest domeniu.**

55,9%

se află în faza incipientă
în drumul spre adoptarea
principiilor economiei
circulare

15,8%

sunt companii
cu certificare
Zero Waste

16,7%

au experiență în
adoptarea măsurilor/
inițiativelor de
economie circulară

?

În ce etapă considerați că se află compania dumneavoastră în drumul spre adoptarea principiilor economiei circulare în domeniul ambalajelor?

Notă: răspuns unic

La început, ne gândim la astfel de inițiative

38.3%

Am identificat măsuri ce pot fi implementate la nivelul companiei și analizăm fezabilitatea acestora

17.6%

Avem deja un buget stabilit pentru implementarea unor măsuri în domeniu

5.8%

Avem deja experiență în adoptarea măsurilor / inițiativelor de economie circulară

16.7%

Ne-am propus / am atins deja ținte mai ambițioase decât ne impune legislația

5.8%

Suntem deja o companie certificată Zero Waste

15.8%

Provocările transformării modelului de afaceri, în special în ceea ce privește ambalajele, sunt pronunțate, aproape jumătate citând problemele legate de comportamentul de colectare separată al consumatorilor (40,8%) și infrastructura de reciclare (40%) ca obstacole cheie. Deficitul de informații în rândul consumatorilor și cadrele inadecvate de colectare și reciclare subliniază barierele sistemice cu care se confruntă companiile. Acestea nu sunt însă singurele obstacole identificate, lipsa resurselor financiare, materiale și umane necesare fiind următoarea provocare stringentă, evidențiind astfel nevoia mai multor linii de finanțare în domeniu, care să asigure o cantitate suficientă de materii prime reciclate și un număr mai mare de specialiști.

?

Care considerați că sunt provocările cu care se confruntă o companie în adoptarea economiei circulare în domeniul ambalajelor?

Notă: răspuns multiplu

Legate de nivelul de informare și comportamentul de colectare separată al consumatorilor

40.8%

Legate de infrastructura de reciclare

40.0%

Legate de infrastructura de colectare separată

35.8%

Legate de resursele financiare interne / costuri mari

30.0%

Legislative

27.5%

Legate de accesul la ambalaje / materii prime sustenabile

27.5%

Legate de disponibilitatea de a aloca resursele umane necesare la nivelul companiei, în acest scop

23.3%

Legate de disponibilitatea pieței de a absorbi ambalaje / produse adecvate economiei circulare din punct de vedere al prețului

23.3%

Legate de interdependența pe lanțul de furnizori, respectiv vulnerabilități disruptive

19.2%

Legate de disponibilitatea competențelor interne în domeniu

17.5%

Nu știu/Nu răspund

1.7%

40,0%

consideră a fi o
provocare infrastructura
de reciclare în procesul
de trecere la economia
circulară

40,8%

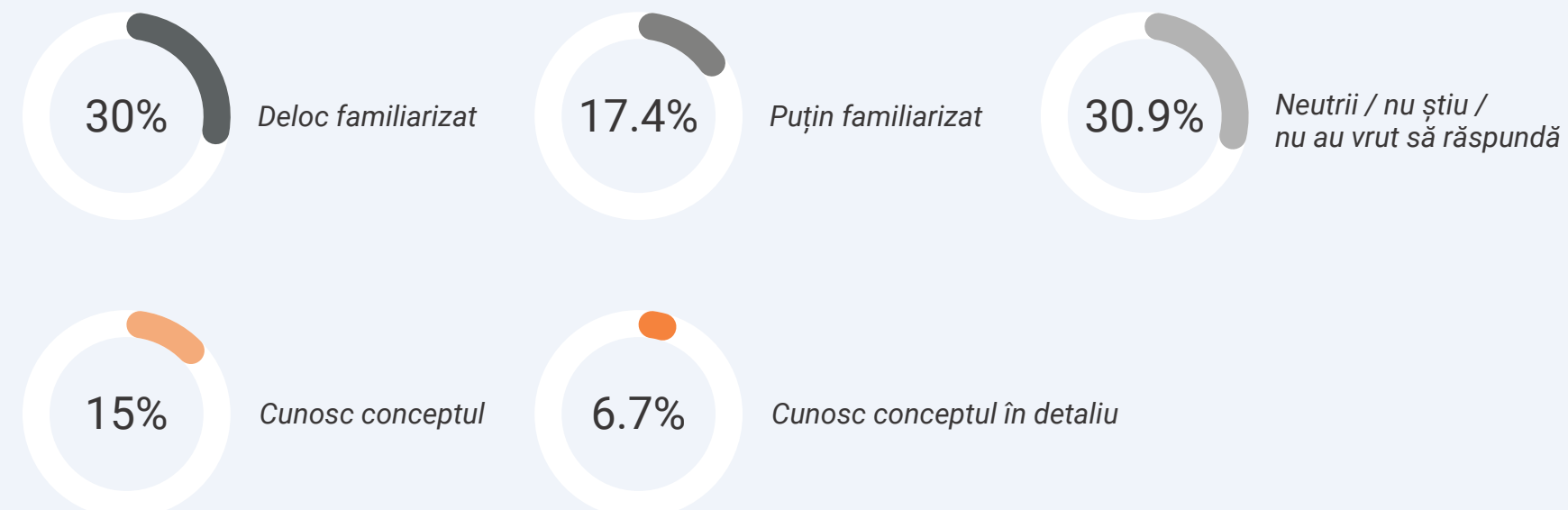
întâmpină în proces
probleme legate de
comportamentul de
colectare separată al
consumatorilor

Eco-design

Din perspectiva eco-designului, **aproape jumătate dintre companii (47,4%) au un nivel de familiarizare scăzut**, indicând o nevoie acută de îmbunătățire a cunoștințelor privind inovația ecologică. Un modest **15% raportează o familiaritate medie**, sugerând o fază mai avansată de tranziție în cadrul sectorului. Între timp, un procent de **6,7% arată o înțelegere solidă**, sugerând un sector pregătit pentru durabilitate. Aceste statistici întăresc concluziile răspunsurilor anterioare, **ce identifică un nivel de pregătire scăzut și sugerează o nevoie acută pentru inițiative educaționale și programe de formare care să accelereze și să pună bazele adoptării practicilor de sustenabilitate.**

În mod deloc surprinzător, doar **10,8% dintre companii s-au aventurat în proiecte reale de eco-design pentru ambalajele produselor lor**, concentrându-se pe acțiuni precum înlocuirea tipului de material cu unul mai prietenos cu mediu, reducerea greutateii și reintroducerea materialelor în economie prin reciclare. Această situație evidențiază iarăși un decalaj semnificativ între recunoașterea importanței circularității și implementarea efectivă a soluțiilor, ceea ce sugerează necesitatea unor măsuri mai convingătoare sau stimulative pentru a încuraja o mai mare implicare în practici de eco-design.

? Cât de familiar vă este conceptul de Eco-design (proiectare ecologică)? Notă: răspuns unic



*Designul ecologic este momentan apanajul marilor companii, care dispun de resursele necesare pentru a-l aborda, în timp ce pentru companiile mai mici, **designul ecologic este ceva dorit dar greu de realizat în lipsa resurselor necesare pentru cercetare și dezvoltare.***



În ansamblu, pe măsură ce companiile implementează tranziția către economia circulară, o majoritate optimistă anticipează beneficii semnificative pentru operațiunile lor, deși provocările legate de costuri și calitatea materialelor reciclate rămân puncte de tensiune. Importanța optimizării tehnologiilor de producție și ambalare, strategiilor de piață, și achizițiilor de materii prime, se profilează ca **esențiale pentru o tranziție reușită**.

În ciuda acestor dificultăți, tendința clară este de a adopta **inițiative sustenabile** care nu doar îmbunătățesc reputația corporativă, ci și consolidează relațiile cu clienții, indicând un **angajament tot mai mare față de principiile economiei circulare** și o recunoaștere a beneficiilor pe termen lung ale acestei abordări. Toate acestea necesită însă a fi susținute de inițiative de educare și formare în domeniu.

Proiecte / acțiuni practicate de companii privind eco-designul propriilor ambalaje:

Redesign pachet ambalaj

Eliminarea caserolelor din plastic

Colectarea selectivă și reciclare

Ambalaje secundare mai prietenoase cu mediul

Folosirea ambalajelor bio-degradabile

Înlocuire plastic cu bioplastic în ambalajul de carton compozit

Dezvoltarea de ambalaje bio-based compostabile

Înlocuire etichete PVC cu etichete PET pentru ambalajele PET

Redimensionarea ambalajelor de carton, strict după volumul necesar

Proiect global de optimizare de ambalaje

Impactul contextului legislativ

În prezent, Uniunea Europeană se află într-un proces de negociere a unui Regulament privind ambalajele și deșeurile de ambalaje, menit să înlocuiască actuala Directivă și să alinieze obiectivele cu cerințele Pactului Verde European. Aceste noi obiective vor aborda subiecte precum ecodesign-ul ambalajelor, conținutul de materie primă reciclată și limite privind supra ambalarea. **Prin natura sa, noul regulament se va aplica în mod direct la nivelul statelor membre, fără a fi necesară o transpunere de către autoritățile naționale.**

Cu toate acestea, doar 28,3% dintre companii sunt la curent cu propunerile de actualizare din regulamentul UE privind ambalajele și deșeurile de ambalaje. Dintre acestea, aproape jumătate (47%) nu pot afirma dacă totuși aceste prevederi sunt greu sau ușor de îndeplinit având în vedere propriile ambalaje, în timp ce 41,2% resimt aceste prevederi și ținte ca fiind greoaie. În acest context, anticiparea obligațiilor legale și consolidarea eforturilor de informare în cadrul comunității de afaceri din România sunt esențiale pentru a facilita o mai bună înțelegere și implementare a reglementărilor privind economia circulară.

28,3%

dintre companii sunt la curent cu propunerile de actualizare din regulamentul UE privind ambalajele și deșeurile de ambalaje

47%

consideră că aceste prevederi sunt greu de îndeplinit

41,2%

resimt aceste prevederi și ținte ca fiind greoaie

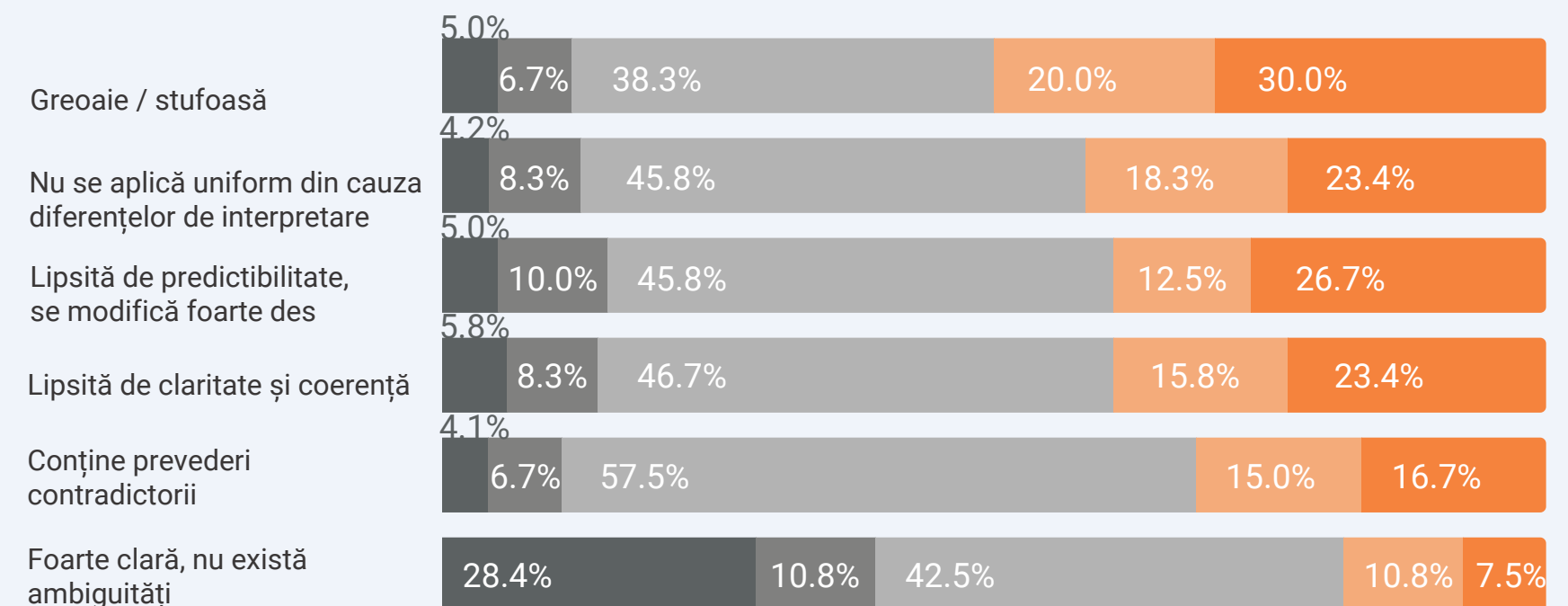
O percepție generică în rândul companiilor cu privire la reglementările legale naționale din domeniul ambalajelor și a deșeurilor de ambalaje este aceea că sunt deosebit de dificil de respectat, fiind greoaie, neuniforme, impredictibile, neclare și uneori contradictorii. Aceste aspecte semnalează o potențială deconectare între obiectivele legislative și capacitățile corporative. De asemenea, recalibrarea reglementărilor și un grad mai mare de sprijin în interpretarea prevederilor, ar putea aduce beneficii semnificative mediului de afaceri pentru a asigura alinierea efectivă a obiectivelor de sustenabilitate cu realitățile operaționale.



Cum apreciați următoarele afirmații în ceea ce privește legislația din România în domeniul ambalajelor și deșeurilor de ambalaje?

Notă: răspuns unic

Deloc adevărat Puțin adevărat Neutrii / nu știu / nu au vrut să răspundă Adevărat Foarte adevărat



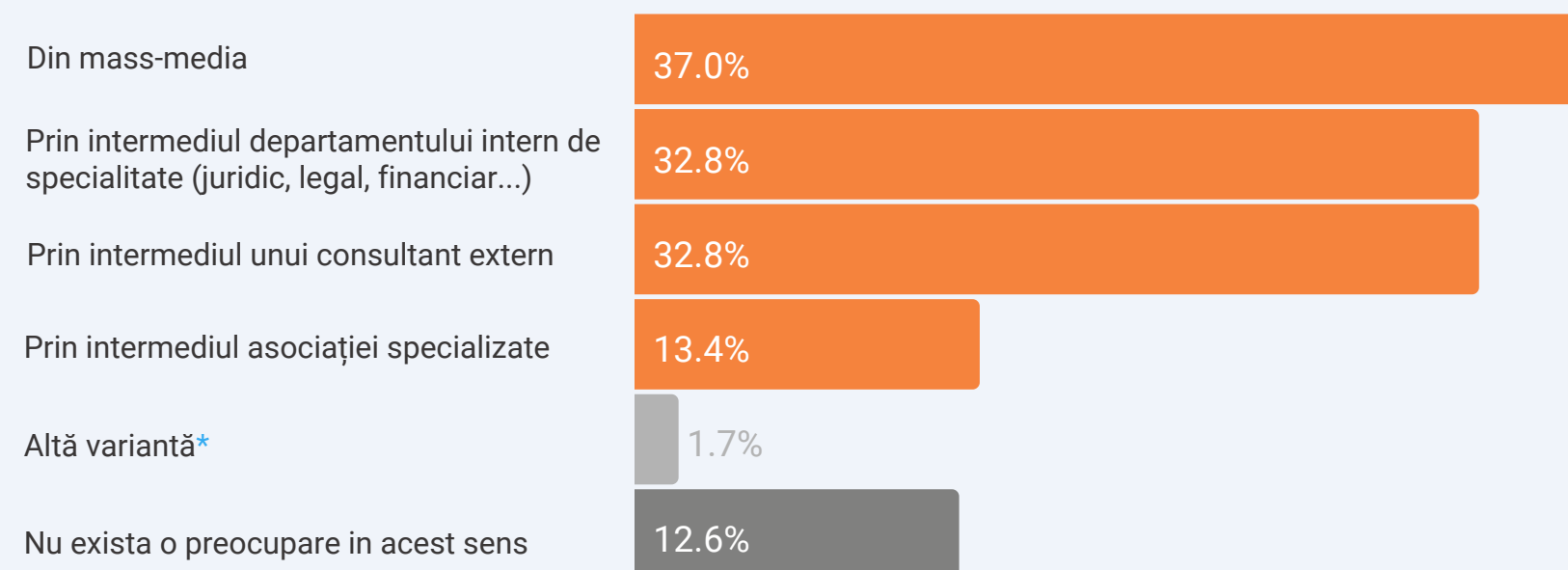
Pentru a rămâne la curent cu schimbările legislative, firmele apelează în principal la [media \(37%\)](#), [surse interne \(32,8%\)](#) și [consultanți externi \(32,8%\)](#), indicând un ecosistem divers de surse de informații, care ajută la alegerea unor direcții strategice. Putem observa aici însă că utilizarea surselor specializate este pe picior de egalitate cu utilizarea surselor interne nespecializate pe acest domeniu, indicând o potențială subutilizare a expertizei specializate în gestionarea chestiunilor legislative, care ar putea oferi o interpretare mai precisă a implicațiilor acestor schimbări.

În concluzie, deși companiile recunosc importanța de a rămâne informate, [există loc pentru optimizarea modului în care aleg să se documenteze și să integreze aceste cunoștințe în strategiile lor.](#)

?

Compania pe care o reprezentați este la curent cu noutățile legislative europene și locale privind economia circulară la nivelul ambalajelor...

Notă: răspuns multiplu



*În categoria Altă variantă am inclus: Direcția de mediu, Buletine informative de la diverse părți terțe, urmate de o verificare internă a aplicabilității.

În fața legislației UE în continuă schimbare și aliniere la principiile economiei circulare, companiile din România întâmpină dificultăți semnificative în a anticipa cerințele legale, în a rămâne informate și a implementa reglementările într-un mod eficient. Per ansamblu, formarea profesională și îmbunătățirea accesului la informații, precum și recalibrarea reglementărilor în contextul realităților operaționale ale companiilor se evidențiază ca nevoi principale ale mediului de afaceri național. [Implicarea experților în domeniu ar putea facilita procesul de adaptare la economia circulară.](#)

Abordarea consumatorului

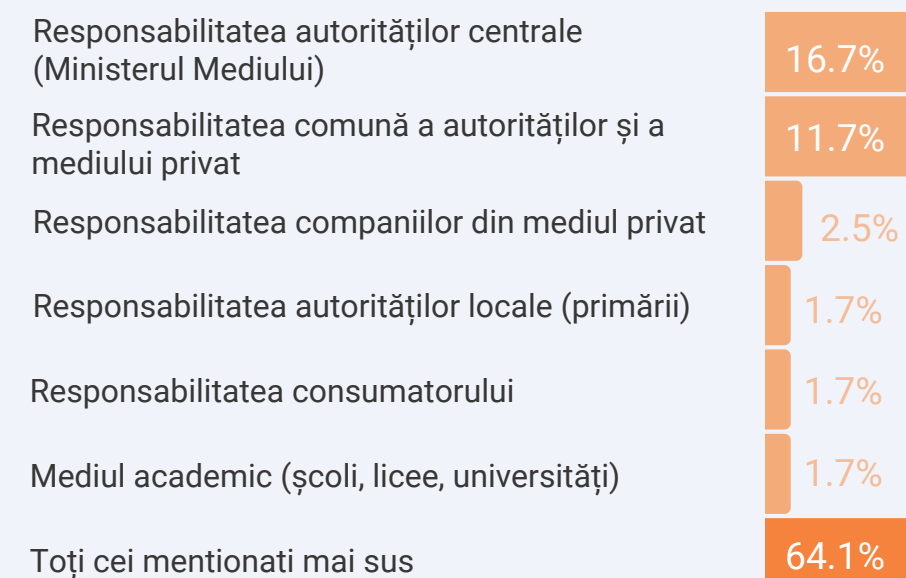
În ceea ce privește responsabilitatea pentru asigurarea reintroducerii materialelor în economia națională, companiile o percep ca fiind una comună în ceea ce privește promovarea unui comportament durabil al consumatorilor finali, 64,1% susținând un efort colectiv în întregul spectru societal, de la autorități, la mediul privat, împreună cu mediul academic și până la consumatorul final. [Abordarea integrată și multisectorială, în care toate părțile interesate colaborează pentru a facilita tranziția eficientă a României spre principiile economiei circulare este așadar principala nevoie identificată.](#)

În opoziție cu această dorință de tranziție la nivel colectiv, un procent considerabil de 68,3% dintre companii consideră că populația României are un angajament scăzut față de practicile de colectare separată a deșeurilor. Prin urmare, se conturează un contrast evident între aspirațiile de progres în managementul deșeurilor la nivel de societate și realitatea percepută a implicării individuale, indicând o potențială barieră în atingerea obiectivelor formulate la nivel național și european.

?

Cine considerați că are în PRINCIPAL responsabilitatea de a informa și educa consumatorul în sensul adoptării unui comportament de reutilizare / colectare separată / reciclare?

Notă: răspuns unic



64,1%

doresc un efort colectiv în întregul spectru societal în legătură cu educarea consumatorului

68,3%

consideră că populația României are un angajament scăzut față de practicile de colectare separată a deșeurilor

Pentru a aborda această provocare, companiile consideră ca fiind esențială schimbarea atitudinii publicului prin: programe cuprinzătoare de comunicare din partea autorităților și entităților private (69,2%), disponibilitatea pe scară largă a infrastructurii de colectare separată (61,7%) și punerea în aplicare a sancțiunilor financiare pentru nerespectarea obligației de colectare separată a deșeurilor (53,3%). Astfel, asigurarea unei sinergii între eforturile de comunicare eficientă, dezvoltarea infrastructurii adecvate și implementarea unor măsuri punitive sunt principalele strategii ce pot fi aplicate pentru a stimula participarea activă a publicului în procesul de colectare separată a deșeurilor.



Care considerați ca sunt cele mai eficiente modalități de a încuraja populația să adopte o atitudine receptivă cu privire la colectarea separată?

Notă: răspuns multiplu

Programe de comunicare coerente și centralizate din partea autorităților și a mediului privat

Existența răspândită / în proximitate a infrastructurii de colectare separată / reciclare

Aplicarea de sancțiuni pecuniare pentru nerespectarea obligației de colectare separată a deșeurilor

Sistem de bonusare a populației pentru colectare separată / reciclare (de ex: SGR)

Aplicarea legislației în vigoare, respectiv PAYT (Pay as you throw)

69.2%

61.7%

53.3%

40.0%

26.7%

Este larg recunoscut faptul că România se află într-un stadiu incipient în adoptarea principiilor economiei circulare, în special în ceea ce privește ambalajele, cu 72,6% dintre companii susținând acest punct de vedere. Astfel, putem menționa că majoritatea companiilor identifică o oportunitate semnificativă de dezvoltare și implementare a strategiilor de economie circulară la nivel național, subliniind necesitatea accelerării tranziției către practici sustenabile.

Tranziția României către o economie circulară este percepută de companii ca fiind o responsabilitate colectivă, necesitând o abordare integrată și multisectorială care să includă autoritățile, mediul privat, academia și consumatorii. În ciuda acestei viziuni comune, provocările persistă, reflectate în angajamentul scăzut al populației față de colectarea separată a deșeurilor și un decalaj între aspirațiile societale și practicile individuale actuale. Acțiunea colectivă și implementarea unor măsuri coerente sunt considerate a fi principalele moduri ce pot asigura tranziția.



O infrastructură adecvată pentru colectarea separată este foarte solicitată de sectorul privat din România, atât timp cât deșeurile municipale sunt principala sursă de materiale reciclabile.

Metodologie



Pentru a analiza gradul de pregătire al companiilor din România în tranziția către economia circulară, în special în ceea ce privește aspectele legislative, comportamentul consumatorilor, acțiuni ale companiilor și principiile de proiectare ecologică, **Stratos și Eco Synergy, cu ajutorul ARAM și MedNet au realizat un sondaj cantitativ online din noiembrie până în decembrie 2023, pe un eșantion de 120 de companii ce activează pe teritoriul României.**

Obiectivele principale ale chestionarului au vizat identificarea unor concluzii cheie privind nivelul de conștientizare și implementare a practicilor economiei circulare în rândul companiilor, impactul perceput al acestora, provocările și strategiile utilizate pentru ambalaje sustenabile și reducerea deșeurilor.

În rândul companiilor intervievate regăsim ca domenii de activitate: retail, alimente, băuturi, cosmetice și detergenți, producție de ambalaje și altele, ce pun pe piață ambalaje confecționate în principal din hârtie-carton, dar și din materiale precum alte plastice, PET, lemn, sticlă și aluminiu. În ceea ce privește cifra de afaceri (CA) a respondenților din ultimul an financiar încheis, 60,8% au CA sub 1 mil. EUR, 25,8% au CA situată între 1 și 5 mil. EUR iar 13,4% au CA mai mare de 5 mil. EUR.

Eșantion**120 companii****Obiective principale****nivelul de conștientizare și implementare a practicilor economiei circulare în rândul companiilor****Domenii de activitate****retail, alimente, băuturi, cosmetice și detergenți, producție de ambalaje și altele****Cifra de afaceri****60,8% <1 mil. EUR | 25,8% ≈ 1 - 5 mil. EUR | 13,4% > 5 mil. EUR**



Vă mulțumim pentru atenție!

[STRATOS](#)[ECO SYNERGY](#)