**Czy chusteczki biodegradowalne rozwiążą problem nadmiaru śmieci i plastiku w środowisku?**

**Jednorazowe chusteczki nawilżane są chętnie używane zarówno w pielęgnacji kosmetycznej, zwłaszcza dziecięcej, jak i przy domowych porządkach. Mało osób jednak wie, że większość takich chusteczek stanowi realne zagrożenie dla środowiska, gdyż zawierają plastik – jego udział może sięgać nawet do 90% ich składu! Biorąc pod uwagę skalę użycia tego typu produktów to duże obciążenie dla środowiska, rzadko uświadamiane. Rozwiązaniem są chusteczki biodegradowalne, które mają takie same walory użytkowe, a równocześnie są bezpieczne dla środowiska a dzięki nowym technologiom powstałym w Polsce – coraz bardziej przystępne dla portfela niemal każdego konsumenta.**

W myśl najnowszych regulacji Komisji Europejskiej każde opakowanie chusteczek nawilżanych, które mają w swoim składzie plastik, powinno być oznaczone symbolem żółwika. Ma to wspomóc konsumentów w dokonywaniu bardziej świadomych wyborów. Tymczasem wiele osób wciąż mylnie interpretuje zarówno to, jak i inne oznaczenia na produktach. „Odpowiedzialnością nas producentów jest edukacja konsumentów, ale przede wszystkim dostarczanie coraz lepszych dla środowiska produktów” – uważa **Gabriel Kermiche, prezes Ecowipes**. „Obserwujemy, że klienci coraz częściej poszukują produktów, które są eko, wykorzystują zrównoważone rozwiązania, a nawet weryfikują producentów pod kątem ich działań na rzecz środowiska. To dobrze, bo podejmując świadome wybory przy sklepowej półce mogą wywierać konkretny wpływ na wytwórców i dystrybutorów, a przez to wymuszać bardziej ekologiczną produkcję i ofertę handlową.”

Właśnie na to już od dekady stawia polska firma Ecowipes, która od początku swojej działalności skupiła się na produkcji przyjaznych dla środowiska artykułów higieniczno-kosmetycznych, dostarczając na rynki całej Europy miliony produktów takich jak chusteczki, płatki i patyczki kosmetyczne, włókniny itp. Np. na sam polski rynek przedsiębiorstwo produkuje ok. 40 mln chusteczek nawilżanych rocznie. Co ważne, 96% z nich jest biodegradowalnych. Ulegają one rozkładowi już po kilkunastu tygodniach, co pomaga zmniejszyć obciążenie środowiska i zarazem odpowiada na rosnące oczekiwania konsumentów na całym świecie. Także polskich, bo – mało kto o tym wie – za sprawą biodegradowalnych produktów Ecowipes sprzedawanych na masową skalę jako marki własne takich sieci jak Biedronka, czy Lidl, nasz kraj jest dziś europejskim liderem, jeśli chodzi o odsetek używania chusteczek jednorazowych naprawdę przyjaznych środowisku.

„Producent powinien spojrzeć na swoje produkty, rozebrać je na czynniki pierwsze i znaleźć rozwiązanie technologiczne jak można je zmienić, by zminimalizować np. zużycie plastiku, nie tracąc walorów użytkowych wyrobu. Temu ma służyć innowacyjność, która - jak w Ecowipes - powinna być sercem każdej firmy, a bycie ekologicznym jest po prostu tego konsekwencją” – wyjaśnia Kermiche. „Projektując na przykład chusteczki nawilżane dobieramy włókninę tak, aby zawierała w 100% włókna naturalne. Nasza najnowsza opatentowana technologia Tricell, którą wykorzystujemy w m.in. chusteczkach nawilżanych dla dzieci, ale też gospodarczych, jest mieszanką włókien celulozowych, a więc szeroko dostępnych i nisko przetworzonych, które w krótkim czasie są w pełni biodegradowalne. Tricell już pozwolił wyeliminować ze środowiska ok. 1700 ton plastiku rocznie.”

Co ważne, dzięki polskiej technologii produkty biodegradowalne wcale nie są droższe od tych produkowanych tradycyjnymi metodami. A jest to dotąd główny problem nawet wielkich producentów światowych - eko oznacza wyższe koszty produkcji, a więc i samego produktu. Jak podkreśla Kermiche: „Prawdziwe eko kryje się w technologii i dostępności produktu. Wyrób ekologiczny może realnie zmienić naszą rzeczywistość na lepszą, kiedy jest masowo dostępny, a więc cenowo musi być przystępny dla przeciętnego Kowalskiego. Temu właśnie ma służyć technologia taka jak Tricell, która wyznaczyła nowe standardy światowe w swym sektorze.”

Gabriel Kermiche jednocześnie zwraca uwagę, że na rynku nadal jest sporo tzw. *greenwashingu*, a mniej realnych działań. „Eko” to bowiem w ostatnich lat modny temat wśród firm, ale chętniej wykorzystywany w kampaniach marketingowych, niż w technologiach produkcyjnych. Dlatego świadomość konsumencka przy sklepowej półce jest kluczowa w walce o nasze środowisko, jak i o całą planetę. To jak z trendem czytania składu produktów spożywczych – warto sprawdzać także skład wyrobów higienicznych. Z pozoru drobna zmiana, jak wybór rzeczywiście biodegradowalnych chusteczek nawilżanych, płatków czy patyczków kosmetycznych może mieć ogromną wartość dla środowiska naturalnego i zmian klimatycznych. Warto o tym pamiętać robiąc zakupy.

Więcej informacji udziela:

**Marlena Garucka-Kubajek**

**Biuro Prasowe Ecowipes**

**tel. 506 051 987**

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