



**José Manuel Moller, globalni borac za ponovno punjenje:**

**Inteligentna rješenja za glupo čovječanstvo**

José Manuel Moller (foto UNEP)

**Goran Šimac** • 18/11/2023 u 09:40 •

**Evo nas u 2023. godini, u 21. stoljeću. U posljednjih stotinjak godina ova je tzv. civilizacija doživjela golemi tzv. tehnološki skok. Barem ga tako ljudi vole zvati, premda neki smatraju kako se zapravo radi o skoku – u provaliju. Okruženi smo kojekakvim napravama donedavno jedva zamislivima i najmaštovitijim piscima znanstvenofantastičnih romana: tzv. pametnim telefonima, mudrim perilicama, samomislećim robotima, inteligentnim frižiderima, dronovima i satelitima, nanolijekovima, umalo nevidljivim čipovima i koječime. Istodobno, čitav naš tzv. progres zatrpali smo makro milijardama tona plastike**

**koja nas guši i podaviti će nas kao ribe na suhom, ako se nešto korjenito i smjesta ne promjeni. Iako neki smatraju kako je već prekasno za popravak štete koju je čovjek proizveo samome sebi samoubilačkim ponašanjem i gramzivosti i unezvijerenoj eksploataciji svih raspoloživih resursa, drugi se ipak trude učiniti što god mogu za opće dobro, smatrajući kako im je to dužnost i kako će time opravdati smisao svog boravka na Zemlji.**

Jedan od takvih je i Čileanac **José Manuel Moller**. U studentskim danima je, živeći na periferiji Santiaga u četvrti siromašnijeg stanovništva, primijetio kako tamošnji žitelji s niskim prihodima dodatno plaćaju i ono što se naziva “**porez na siromaštvo**”. Naime, osim što su siromašniji, zbog slabije trgovačke mreže, plaćali su znatno skuplje glavninu kućnih potrepština i hrane, a sve zbog nepotrebne ambalaže, među ostalim. Većina stanovnika se oslanjala na lokalne trgovine koje su prodavale manje količine osnovnih potrepština poput ulja za kuhanje, graha i deterdženta – ali znatno skuplje nego u četvrtima s bogatijim stanovništvom.



José Manuel Moller (foto UNEP)

Moller je procijenio kako je plaćao **i do 60 posto više** nego da je istu robu kupovao na veliko, te da je plastična ambalaža napuhavala cijene i stvarala ekološki problem.

-Shvaćate da se događa nešto nepošteno. Mi tjeramo potrošače s nižim prihodima da plaćaju više za ambalažu koja na kraju predstavlja problem za održivost i otpad... Jednadžba je pogrešna, ali da biste to promijenili, morate promijeniti sustav – zaključio je **Moller** i shvatio kako se nešto **mora** učiniti.

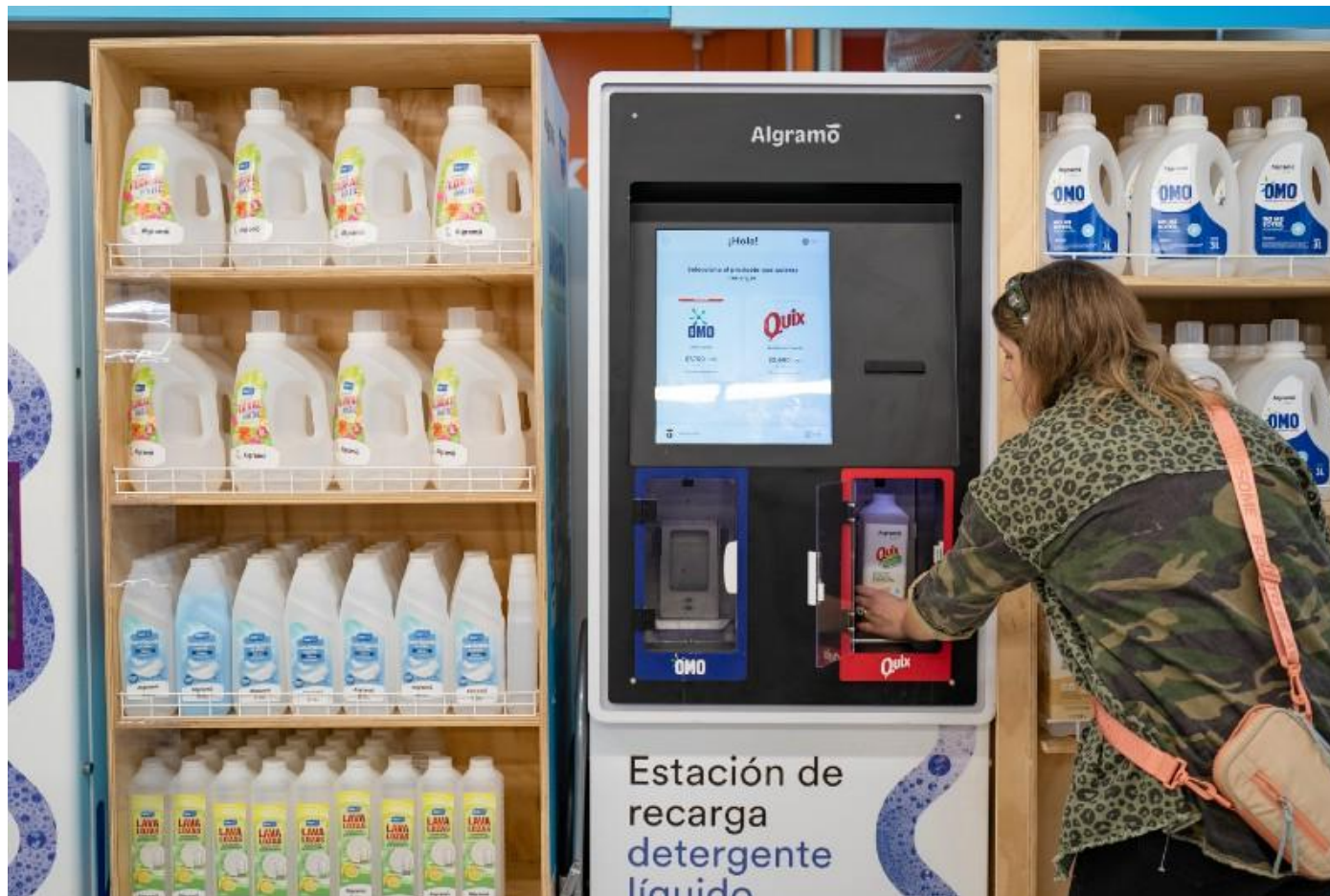
Ima na svijetu puno dobrih ljudi, a u ovom serijalu smo se fokusirali na one koji svoje živote posvećuju sprječavanju globalne katastrofe uzrokovane ljudskim nerazumnim ponašanjem, i u tome upornošću i smjernošću i uspijevaju. Na one koji nastoje pronaći *inteligentna rješenja* za posljedice djelovanja *glupog čovječanstva*.

## Budućnost u rinfuzi

**José Manuel Moller** je jedan od tih, pa je nedavno zaslužio i titulu **Šampion Zemlje** koju dodjeljuje **Program Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP)** za iznimne zasluge pojedinaca u sferi očuvanja okoliša. Mi ćemo ga nazvati *globalnim borcem za ponovno punjenje...*

Dakle, nakon nekog vremena razmišljanja, kako bi se pozabavio globalnim problemom, 35-godišnjak je 2012. osnovao **Algramo**, što na španjolskom znači: *“na gram”*, odnosno potencira ponovno punjenje višekratno upotrebljive ambalaže i prodaju prodaju svega ‘u rinfuzi’ ili ‘refuže’, kako bi se to kod nas reklo. Brašno i šećer lijepo kupiš na kile, ulje i deterdžente na litre... itd. Dakle, budućnost je ‘u rinfuzi’...





Stanica za ponovno punjenje deterženta u jednoj čileanskoj trgovini (foto UNEP)

Dakako, na tu ideju su mnogi došli znatno ranije, uviđajući kako je temeljni problem koji uzrokuje zagađenje plastikom posve nepotrebna ambalaža: pakiranje u plastičnim celofanima, vrećicama, posudama, kutijicama, folijama i koječime.

Svijet je u kratkom razdoblju zaboravio kako se sve, kao i svega par desetljeća ranije, može prodavati i bez nepotrebnog pakiranja. Zapravo, sada netko *izmišlja* način prodaje kakav je bio sasvim uobičajen, u Hrvatskoj i do osamdesetih godina 20. stoljeća.

No trebalo je u to uvjeriti i tzv. velike igrače, u pravilu posve nezainteresirane za globalno zagađenje, a posve zainteresirane jedino za zgrtanje profita.

Tako je **Jose** počeo surađivati s nizom trgovaca, od lokalnih trgovaca do globalnih marki, kako bi potakli kupce da koriste prethodno napunjene plastične spremnike koji se mogu ponovno puniti, npr. poput sredstva za pranje posuđa

Uspjeh je uslijedio brzo, **Algramaova mreža** je u kratkom razdoblju postigla da se oko milijun komada plastične ambalaže ne proizvede – i tako nikada ne dospije u svijet, zahvakjući ponovnom punjenju jednom kupljene ambalaže.

U međuvremenu, **Moller** također radi na poticanju pokreta za nulti otpad kroz svoju ulogu potpredsjednika Savjetodavnog odbora eminentnih osoba Ujedinjenih naroda za nulti otpad, inicijative koja je osnovana u ožujku 2023. Odbor pomaže u podizanju svijesti o potrebi sprječavanja, smanjenja i održivog gospodarenja otpadom.

-Način na koji čovječanstvo proizvodi, troši i odlaže plastiku stvorio je katastrofu. Rad Joséa Manuela Mollera pokazuje nam da ponovna uporaba plastike može omogućiti niz ekonomskih, društvenih i ekoloških koristi, što je ključno za transformaciju našeg odnosa s ovim materijalom. Manje od 10 posto ikada proizvedene plastike je reciklirano. Ostatak se zakopa, spali ili iscure u okoliš, obično nakon samo jedne upotrebe. Ta se plastika infiltrira u kopno i more i često ulazi u ljudski prehrambeni lanac – kaže **Inger Andersen**, izvršna direktorica **UNEP-a**.



José Manuel Moller

Kako bi se okončala kriza plastičnog onečišćenja, stručnjaci kažu da je ključno pronaći rješenja koja se bore s negativnim utjecajima plastičnih proizvoda u svim fazama njihova ciklusa, počev od proizvodnje, preko korištenja, pa do ponovne upotrebe i zbrinjavanja.

### **Mijenjanje svijeta, a ne prodaja deterdženta**

Za Mollera, poticanje potrošača na održiviji izbor ključni je dio tog procesa. Bolje rečeno, dodajmo, kod plastike je najbolje u njenom životnom ciklusu da tog ciklusa uopće **nema**, tj. da se plastika nikada ne

proizvede. No to će se desiti, hipotetski, onda kada potrošači više ne budu htjeli kupovati proizvode opterećene nepotrebnom plastičnom ambalažom – onda je ni trgovci više ne bi imali razloga plasirati na tržištu, a proizvođači bi prešli na proizvodnju proizvoda koje ne bi pakirali u besmislena pakiranja.

-Izazov oko održivosti ne odnosi se samo na tehnologiju, već i na ponašanje potrošača. Počeo sam razmišljati o tome kako bih mogao navesti ljude da se zaljube u praznu bocu. U Čileu, Algramo se udružio s trgovinama kako bi kupcima omogućio kupnju proizvoda u bocama za višekratnu upotrebu, pri čemu potrošači vraćaju svoje stare spremnike kada ih isprazne. Kod velikih trgovaca Algramo je instalirao stanice za točenje na kojima kupci mogu napuniti vlastite posude. Cilj poslovanja je imati više od 50 prodajnih mjesta u zemlji do kraja godine. Kupci također mogu platiti narudžbe putem telefonske aplikacije. Svaki spremnik opremljen je oznakom koja se temelji na radio-frekvenciji, nekom vrstom pametnog crtičnog koda povezanog s računom na mreži. Račun prati kupnje i kupci su nagrađeni svaki put kada se spremnik ponovno upotrijebi novčanim poticajem. Novac se pojavljuje u virtualnom novčaniku, koji se zatim može koristiti kao popust na buduće kupnje. Algramo vjeruje da rješenje za plastično onečišćenje ne smije biti samo za milenijske vegetarijance s visokim primanjima. Ovo je osmišljeno za sve koji, na kraju dana, donose odluke na temelju cijene. Dakle, pristup Algrama uvijek je bio pristupačnost. – pojašnjava **Moller**.

Kako bi sustavi ponovnog punjenja postali istinski *mainstream*, Moller je svjestan važnosti rada na većoj razini, te kako se ne može zadržati u rodnom Čileu, pa se posljednjih godina Algramo usredotočio na širenje u druge zemlje, uključujući pružanje stručnosti i softvera drugim novoosnovanim tvrtkama. Njegovo najveće postignuće, veli Moller, bilo je kad je uspio uvjeriti neke od najvećih svjetskih tvrtki široke potrošnje da ponude usluge ponovnog punjenja za neke proizvode.





José Manuel Moller u mobilnoj punionici deterdženta (foto Algramo)

-Algramo ima ambiciju promijeniti svijet, a ne ponuditi deterdžent. Ne uzbuđuje me prodaja deterdženta za pranje rublja, uzbuđuje me promjena u industriji kako bi se prestala proizvoditi nepotrebna ambalaža. U Indoneziji, Algramo testira projekt u suradnji s Nestléom za dva svoja proizvoda, uključujući čokoladni napitak. Priprema se za ulazak na meksičko tržište, nakon što smo sklopili partnerstva s Walmartom i Targetom u Sjedinjenim Državama. Također imamo partnerstvo s maloprodajnom trgovinom Lidl u Birminghamu u Engleskoj, koja kupcima omogućuje ponovno punjenje deterdženta za rublje. Unatoč najvećim naporima društvenih poduzeća poput Algrama, postoji granica onoga što mogu postići. U konačnici, potrebna je državna regulativa kako bi se suprotstavilo rastućoj plimi plastičnog onečišćenja. Kako natjerati tvrtke da učine više od onoga što propisi traže od njih? To je jedan od glavnih problema koje danas imamo – veli **Moller**.

Moller kaže da osjeća hitnu potrebu promijeniti navike potrošača i učiniti ponovnu uporabu plastike dijelom svakodnevnog života. Taj nagon proizlazi iz straha da vrijeme ističe da se spriječe najgori učinci klimatske krize, rekao je za **UNEP**.

## **Hitno, a kasnimo**

Rješavanje onečišćenja plastikom ključno je za suzbijanje klimatske krize, kažu stručnjaci. Proizvodnja, uporaba i odlaganje konvencionalne plastike na bazi fosilnih goriva odgovorna je za više od 3 posto emisija stakleničkih plinova godišnje.

-Smanjenje onečišćenja plastikom je važno, hitno je, a mi kasnimo. Pokušavamo riješiti globalnu plastičnu krizu, jer smo ovisni o jednokratnoj upotrebi plastične ambalaže. Cilj nam je eliminirati potrebe za korištenjem jednokratne plastične ambalaže, te potaknuti potrošače da koriste onu koja se može višekratno koristiti metodom ponovnog punjenja. Ljudima je na kraju mjeseca važniji njihov džep nego planet, pa takva praksa mora biti i isplativa. To se postiže postavljanjem aparata za punjenje i doziranje proizvoda koji se postavljaju u trgovinama, pa onda kupac štedi novac jer ne plaća dodatno pakiranje. Osim toga, time pridonosi da se ne proizvodi novi komad plastike. Potrošač svaki put dobije informaciju koliko je plastike uštedio kupujući na takav način. Time se širi spoznaja kako se s malim naporima može postići puno. Jedan od ciljeva je potaći druge da rade isto, te pokušavamo proširiti upotrebu ove tehnologije – zaključuje **José Manuel Moller**.

Hoće li ovakva ideja dospjeti i do Hrvatske, na način da se vlasti ozbiljnije posvete ovom, po mnogima, najvažnijem pitanju za čovječanstvo, pa tako i hrvatsko stanovništvo?

Možda i hoće, ali jedino onda kada nazadne i štetne političke strukture koje predugo vladaju državom jednom za svagda budu pažljivo i trajno *zbrinute na odlagalištu opasnog otpada*, ali bez mogućnosti ponovne uporabe.



José Manuel Moller (foto UNEP)

*\*Tekst je realiziran uz pomoć sredstava iz Projekta poticanja novinarske izvrsnosti 2023. – Agencije za elektroničke medije*