

Obaly napovědí, jak je třídít

Recyklační symboly jsou na některých výrobcích k nalezení, jinde ne. Obchody to chtějí změnit

Martina Patočková
reklamatorka
MF DNES

Ekoznačky na potravinách

Příklady používaných recyklačních značek

číselné označení	nejčastější obaly
PET 1	PET lahve, polyesterové tkaniny, některé obaly od mléčných nápojů.
HDPE 2	Obaly od čistících prostředků, šamponů, víčka od PET lahví.
LDPE 4	Igelitové tašky, fólie, obaly od sušenek.
PP 5	Polypropylenové obaly od kečupů, hořčice, tuby na zubní pasty či krémy.
PS 6	Polyesterové tácky od masa, ovoce a zeleniny, nápojové kelímky či plastové nádoby.
PAP 20, 21	Vinita a hladká papírová lepenka, klasické kartonové krabice.
C/PAP 81, 84	Nápojové kartony na bázi tetrapak.

Jak by se mohlo značit nově



U plastové lahve nikdo neváhá, do které popelnice patří. Existuje však řada výrobků, jejichž obal je směsí různých materiálů, jejichž původ je pro běžného zákazníka nejasný. A značky na obalu mu nepomohou s rozlišením, kam s ním. Některé obchodní řetězce proto začínají tlačit na to, aby se na obalech objevovaly nejen recyklační značky, ale i další grafické prvky vysvětlující, jak s obalem naložit.

Nejdále zatím v tomto směru pokročil nejspíš Globus, který začal s uváděním nových grafických symbolů na obaly svých privátních značek letos. Do budoucna o přehlednějším značení uvažuje rovněž Tesco nebo Penny Market.

Zákazník se ze značek Globusu dozví, z jakého materiálu byl obal vyroben a do které popelnice patří. Nechybí ani rada, jak naložit s obalem složeným ze směsi materiálů. Pokud jde například o papír a plast či sklo a směs, symboly mu napoví, že má vrstvy obalu oddělit.

„Postupujeme krok za krokem. Po vlastních značkách vybavujeme grafickými symboly všechny balené výrobky z poctivých výrob," uvádí Rita Gabrielová, mluvčí řetězce Globus. „V poslední době jsme dokončili označení u našich vlastních balených zmrzlin nebo krájené šunky či cukrovinek," dodává.

Novými ikonami označuje Globus své vlastní značky, u nichž má vliv na podobu obalu. „Je to rozhodnutí Globusu a my to respektujeme," uvádí například Iva Blahníková za společnost Gaston, která řetězci dodává v plechovkách různé ovoce ve sladkém nálevu, ryby a mořské plody.

U značkových výrobků záleží na rozhodnutí dodavatelů. Řetězce je sice ke značení může motivovat či přimotit, ale zatím tak žádný podnik dostupných informací nečiní. Do budoucna se to patrně změní.

Tesco se hodlá při značení inspirovat ve své domovské zemi. „Do budoucna chceme připravit něco přehlednějšího, jako to funguje například ve Velké Británii, ale musíme brát v úvahu i skutečnost, že se naše produkty prodávají ve čtyřech zemích," uvádí mluvčí řetězce Václav Koukolíček s tím, že problém tvoří jak jazyková bariéra, tak odlišnosti při sběru vytríděných odpadů. „Například nápojové kartony se sbírají někde separátně a jinde spolu s papírem nebo plastem," dodává Koukolíček.

Ve zmiňované Británii k označení slouží převážně bílé a černé šipky v zeleném nebo černém čtverečku, doplněné o stručný text, co s obalem udělat. Zákazník si na nich například přečte nápisy jako „Rozšířená recyklace", „Vymyjte", „Značkové a nechte víčko na lahvi" či „Odstaňte rukávek".



Podobným směrem jako velké obchody přemýšlejí také výrobci potravin či drogistického zboží, kteří patří k hlavním původcům plastových a jiných kombinovaných obalů. „V rámci snahy snížit objem plastů a podporovat cirkulární ekonomiku revidujeme naše portfolio a u výrobků, kde značení chybí, je doplňujeme, a to nejen z důvodu zvyšujícího se zájmu ze strany spotřebitelů," uvádí za jednoho z největších dodavatelů Pavel Hampejs,

Supply Chain Manager společnosti Unilever pro Česko a Slovensko. Nestě podle svého mluvčího Roberta Kičiny umísťuje značky tam, kde to obal dovolí. Nad rámec kdy si platné povinnosti jde třeba v případě nových typů. „Tam při přechodu na papírový obal spotřebitele slovně upozorňujeme, že se jedná o papír," uvádí.

Podle společnosti Eko-kom zajišťující v Česku sběr odpadu jsou podobné kroky jdoucí nad rámec materiálového značení ku prospěchu věci. „Jakákoliv podpora správného třídění je prospěšná a účinná, protože spotřebitelé tento typ informací na obalech očekávají, jak vyplývá z průzkumů veřejného mínění," uvádí Lucie Müllerová za Eko-kom.

Obchodní řetězce vesměs uvádějí alespoň standardizované recyklační symboly na výrobky pod svou značkou, jako je PET či PP, což je polypropylen, který se používá na plastové obaly kečupů či zubních past. „Naše privátní značky ve většině případů značení mají. Při přípravě etikety již u českých dodavatelů poptáváme, z čeho je obal vyroben, a následně o tom informujeme obecné platnými recyklačními symboly umístěnými přímo na výrobku," říká například Zuzana Holá za německý Lidl.

Obecně platnými recyklačními symboly u nás a v Evropské unii je

minéno to, že v trojúhelníčku je uvedeno buď číslo materiálu, nebo jeho zkratka, jako jsou PET či PP. Směs více materiálů se pak značí písmenem C a lomítkem, za nímž je uveden převážující materiál.

Například C/PAP označuje kombinaci s převahou papíru, což je například tetrapak, který má svou oranžovou popelnicí. C/LDPE je zase značkou směsi s převahou měkkého polyetylénu, která se objevuje na nerecyklovatelných polévkových sáčcích.

Kromě toho, že ne každý zákazník má nastudováno, co značky znamenají, jsou také často hodně neviditelné. Na bílé lahvi od jogurtového mléka lze objevit jen stěží, že jde o tvrdý polyetylen (HDPE). Nehledě na to, že symbol nefká nic o tom, že lahvička je obalena v takzvaném náložku, který jí bez sundání čini nerecyklovatelnou.

Podle zákona o obalech a dle evropské směrnice momentálně nejsou výrobci obalů povinni značit, z kterého materiálu je obal vyroben. Tento stav platí od roku 2006, přičemž předtím bylo pět let značení povinné.

„Značení musí zůstat podle evropské legislativy dobrovolné. V tomto ohledu ji musíme dodržovat, nelze zavádět jiné principy. Dle zavedené praxe nicméně významná část výrobců materiálové značky na svých obalech uvádí," říká za ministerstvo životního prostředí Dominika Pospíšilová z tiskového oddělení.

Možná změna je ale na obzoru. V současné době Evropská komise nechává zpracovat studii k základním požadavkům na obaly a následovat by mohla příprava nového návrhu směrnice o obalech.

„Povinnost materiálového značení obalů má podle nás smysl. Edukace spotřebitele společně s povinným označováním obalů by měla být nutností, protože není možné nechat na spotřebiteli, aby sám rozeznával jednotlivé materiály mezi sebou," uvádí za Karlovarské minerální vody Pavel Novák s tím, že obnovení povinnosti značení by pravděpodobně pomohlo i třídícím odpadů.

Recyklační symboly jsou na některých výrobcích k nalezení, jinde ne. Obchody to chtějí změnit

U plastové lahve nikdo neváhá, do které popelnice patří. Existuje však řada výrobků, jejichž obal je směsí různých materiálů, jejichž původ je pro běžného zákazníka nejasný. A značky na obalu mu nepomohou s rozlišením, kam s ním. Některé obchodní řetězce proto začínají tlačit na to, aby se na obalech objevovaly nejen recyklační značky, ale i další grafické prvky vysvětlující, jak s obalem naložit.

Nejdále zatím v tomto směru pokročil nejspíš Globus, který začal s uváděním nových grafických symbolů na obaly svých privátních značek letos. Do budoucna o přehlednějším značení uvažuje rovněž Tesco nebo Penny Market.

Zákazník se ze značek Globusu dozví, z jakého materiálu byl obal vyroben a do které popelnice patří. Nechybí ani rada, jak naložit s obalem složeným ze směsi materiálů. Pokud jde například o papír a plast či sklo a směs, symboly mu napoví, že má vrstvy obalu oddělit.

"Postupujeme krok za krokem. Po vlastních značkách vybavujeme grafickými symboly všechny balené výrobky z poctivých výrob," uvádí Rita Gabrielová, mluvčí řetězce Globus. "V poslední době jsme dokončili označení u našich vlastních balených zmrzlin nebo krájené šunky či cukrovinek," dodává.

Novými ikonami označuje Globus své vlastní značky, u nichž má vliv na podobu obalu. "Je to rozhodnutí Globusu a my to respektujeme," uvádí například Iva Blahníková za společnost Gaston,

kteřá řetězci dodává v plechovkách různé ovoce ve sladkém nálevu, ryby a mořské plody.

U značkových výrobků záleží na rozhodnutí dodavatelů. Řetězec je sice ke značení může motivovat či přímo nutit, ale zatím tak žádný podle dostupných informací nečiní. Do budoucna se to patrně změní.

Tesco se hodlá při značení inspirovat ve své domovské zemi. "Do budoucna chceme připravit něco přehlednějšího, jako to funguje například ve Velké Británii, ale musíme brát v úvahu i skutečnost, že se naše produkty prodávají ve čtyřech zemích," uvádí mluvčí řetězce Václav Koukolíček s tím, že problém tvoří jak jazyková bariéra, tak odlišnosti při sběru vytříděných odpadů. "Například nápojové kartony se sbírají někde separátně a jinde spolu s papírem nebo plastem," dodává Koukolíček.

Ve zmiňované Británii k označení slouží převážně bílé a černé šipky v zeleném nebo černém čtverečku, doplněné o stručný text, co s obalem udělat. Zákazník si na nich například přečte nápisy jako "Rozšířená recyklace", "Vymyjte", "Zmáčkněte a nechte víčko na lahvi" či "Odstraňte rukávek". Pozor, přešli jsme na papír

Podobným směrem jako velké obchody přemýšlejí také výrobci potravin či drogistického zboží, kteří patří k hlavním původcům plastových a jiných kombinovaných obalů. "V rámci snahy snižovat objem plastů a podporovat cirkulární ekonomiku revidujeme naše portfolio a u výrobků, kde značení chybí, je doplňujeme, a to nejen z důvodu zvyšujícího se zájmu ze strany spotřebitelů," uvádí za jednoho z největších dodavatelů Pavel Hampejs, Supply Chain Manager společnosti Unilever pro Česko a Slovensko.

Nestlé podle svého mluvčího Roberta Kičiny umisťuje značky tam, kde to obal dovolí. Nad rámec kdysi platné povinnosti jde třeba v případě nových tyčinek Yes. "Tam při přechodu na papírový obal spotřebitele slovně upozorňujeme, že se jedná o papír," uvádí.

Podle společnosti Eko-kom zajišťující v Česku sběr odpadu jsou podobné kroky jdoucí nad rámec materiálového značení ku prospěchu věci. "Jakákoliv podpora správného třídění je prospěšná a účinná, protože spotřebitelé tento typ informací na obalech očekávají, jak vyplývá z průzkumů veřejného mínění," uvádí Lucie Müllerová za Eko-kom.

Obchodní řetězce vesměs uvádějí alespoň standardizované recyklační symboly na výrobky pod svou značkou, jako je PET či PP, což je polypropylen, který se používá na plastové obaly kečupů či zubních past. "Naše privátní značky ve většině případů značení mají. Při přípravě etikety již u českých dodavatelů poptáváme, z čeho je obal vyroben, a následně o tom informujeme obecně platnými recyklačními symboly umístěnými přímo na výrobku," říká například Zuzana Holá za německý Lidl. Obecně platnými recyklačními symboly u nás a v Evropské unii je míněno to, že v trojúhelníčku je uvedeno buď číslo materiálu, nebo jeho zkratka, jako jsou PET či PP. Směs více materiálů se pak značí písmenem C a lomítkem, za nímž je uváděn převažující materiál.

Například C/PAP označuje kombinaci s převahou papíru, což je například tetrapak, který má svou oranžovou popelnicí. C/LDPE je zase značkou směsi s převahou měkkého polyetylenu, která se objevuje na nerecyklovatelných polévkových sáčcích.

Kromě toho, že ne každý zákazník má nastudováno, co značky znamenají, jsou také často hodně neviditelné. Na bílé lahvi od jogurtového mléka lze objevit jen stěží, že jde o tvrdý polyetylen (HDPE). Nehledě na to, že symbol neříká nic o tom, že lahvička je obalena v takzvaném rukávku, který ji bez sundání činí nerecyklovatelnou.

Podle zákona o obalech a dle evropské směrnice momentálně nejsou výrobci obalů povinni značit, z kterého materiálu je obal vyroben. Tento stav platí od roku 2006, přičemž předtím bylo pět let značení povinné.

"Značení musí zůstat podle evropské legislativy dobrovolné. V tomto ohledu ji musíme dodržovat, nelze zavádět jiné principy. Dle zavedené praxe nicméně významná část výrobců materiálové značky na svých obalech uvádí," říká za ministerstvo životního prostředí Dominika Pospíšilová z tiskového oddělení.

Možná změna je ale na obzoru. V současné době Evropská komise nechává zpracovat studii k základním požadavkům na obaly a následovat by mohla příprava nového návrhu směrnice o obalech. "Povinnost materiálového značení obalů má podle nás smysl. Edukace spotřebitele společně s povinným označováním obalů by měla být nutností, protože není možné nechávat na spotřebiteli, aby sám rozeznával jednotlivé materiály mezi sebou," uvádí za Karlovarské minerální vody Pavel Novák s tím, že obnovení povinnosti značení by pravděpodobně pomohlo i tříděčkám odpadu.

Ekoznačky na potravinách

Příklady používaných recyklačních značek

číselné označení nejčastější obaly

PET 1 PET lahve, polyesterové tkaniny, některé obaly od mléčných nápojů.

HDPE 2 Obaly od čisticích prostředků, šamponů, víčka od PET lahví.

LDPE 4 Igelitové tašky, fólie, obaly od sušenek.

PP 5 Polypropylenové obaly od kečupů, hořčice, tuby na zubní pasty či krémy.

PS 6 Polyesterové tácky od masa, ovoce a zeleniny, nápojové kelímky či plastové nádoby.

PAP 20, 21 Vlnitá a hladká papírová lepenka, klasické kartonové krabice.

C/PAP 81, 84 Nápojové kartony na bázi tetrapak.

Jak by se mohlo značit nově

Globus začal s označováním obalů jednoznačnými nápisy Třídte s Globusem spolu s barvou popelnice, do které daný materiál patří.

Ve Velké Británii se označují produkty symboly, které pomáhají zákazníkům s tím, jak třídit. Nápis Flatten / Cap on je k vidění hlavně na plastových nápojových lahvích, které se mají před vyhozením sešlápnout, víčko má zůstat na lahvi.