

Naším cílem je přenést zodpovědnost za recyklaci letáků na jejich původce a zároveň změnit distribuci tak, aby nebyla plošná, ale cílená. Nejedná se o konec letáků, ujistilo MŽP Radu seniorů

3.9.2024 - | Ministerstvo životního prostředí ČR

Současná praxe kolem reklamních letáků zásadně zatěžuje odpadové hospodářství obcí a zároveň nevyhovuje velké části spotřebitelů. Proto je potřeba narovnat podmínky pro zadavatele i distributory tak, aby každý platil spravedlivě část svých nákladů na recyklaci a svoz, které dnes platí výhradně obce.

Zároveň je ale potřeba hledat cesty, jak reklamní letáky dostat k těm, kteří je chtějí a neobtěžovat tím ostatní. Rada seniorů i Ministerstvo životního prostředí tak považují za důležité změnit nastavený systém distribuce papírových letáků.

„Snahou ministerstva je narovnat současný nevyvážený systém, kdy za odvoz a recyklaci reklamních letáků platí obce a nikoliv ti, kteří je dostávají na trh. Podle nedávného průzkumu agentury IPSOS si téměř 70 % občanů myslí, že by za distribuci letáků neměli platit obce nebo občané, ale distributoři a zadavatelé reklamy. Považujeme za správné, aby každý výrobce obalu a výrobku za recyklaci zaplatil tak, jako je to například u mobilních telefonů nebo pneumatik. Férovou cenu za letáky by měli platit distributoři a musí pokrýt skutečné náklady na jejich odvoz a zpracování. V žádném případě se ale nejedná o zákaz letáků. Pokud dokážeme zacílit distribuci tak, aby se letáky dostávaly k těm, kdo je chtějí a nechodily do schránek lidem, kteří je jen vezmou a hned vyhodí, dokážeme snížit i celkové množství letáků. Díky tomu se k seniorům dostanou informace v té podobě, na kterou jsou zvyklí, a zároveň se sníží celkové množství odpadů,“ vysvětluje **ministr životního prostředí Petr Hladík (KDU-ČSL)**. a doplnil: „*„Účinnost recyklačního poplatku bude nastavena takovým způsobem, aby měli producenti dostatek času se na změnu připravit.“* „

„Bezmála polovina seniorů je offline, to znamená, že se v digitálním světě nepohybují a využívání slevových reklamních letáků v papírové podobě je pro ně zásadní. Z průzkumu, který jsme si nechali zpracovat agenturou Nielsen vyplývá, že papírové letáky jsou důležité pro 77 % seniorských domácností. Rozumíme, argumentaci ministerstva, ale faktem je, že seniori se začali ozývat s obavami, že je to snaha letáky přesunout do digitálního prostředí a oni o ně přijdou. Oceňujeme, že pan ministr vyslechl naše argumenty a ujistil, že snahou není likvidace, ale optimalizace počtu tištěných letáků. Shodli jsme se na tom, že papírové reklamní by se ideálně měly dostávat tam, kde jsou chtěné,“ říká **předsedkyně Rady seniorů Lenka Desatová**.

400 nevyžádaných letáků na domácnost ročně Ministerstvo životního prostředí si nechalo zpracovat průzkum veřejného mínění u agentury Ipsos. Podle něj dostávají letáky téměř tři čtvrtiny domácností, přibližně čtvrtina lidí považuje tištěné letáky za obtěžující. Necelá pětina Čechů přitom na schránku umístila upozornění, že o ně nemá zájem. Více než 80 % lidí souhlasí, že by letáky měly cíleně chodit do schránek jen těm, kteří o ně mají zájem.

„Každá domácnost v Česku dostane ročně až 400 nevyžádaných letáků, které v řadě případů končí rovnou v kontejnerech na papír. To je praxe, kterou chceme opustit, a tomu má právě pomoci

*příspěvek na nakládání s odpady. Z dat mimo jiné vyplývá, že problém s vysokou nadprodukcí letákového odpadu je především jeho plošnost a neschopnost letáky efektivně cílit. Zde vidíme největší prostor pro zlepšení jak pro zadavatele a distributory, tak v konečném důsledku především pro občany, kteří nevyžádanou reklamu platí,” dodává **David Surý, vrchní ředitel sekce ochrany životního prostředí.***

Ministerstvo životního prostředí navrhuje zavedení recyklačního poplatku za tištěné letáky v novele zákona o obalech. Produkce letáků je v ČR stabilně okolo 4 miliard kusů ročně (zhruba 20 000 tun ročně), které končí v lepším případě v tříděném sběru, nebo jako smetí na ulici. V každém případě se se o ně někdo musí postarat a zajistit správné nakládání s těmito odpady, což v současnosti dělají obce na své náklady. To by se mělo změnit právě díky zavedení recyklačního poplatku. S rozšířením recyklačních poplatků dle výzkumu MŽP souhlasí téměř 60 % obyvatel.

S narovnáním podmínek u původců odpadů souhlasí i Svaz měst a obcí. *„Obce dlouhodobě požadují, aby producenti platili za recyklaci, což se dnes neděje a doplácí na to obecní rozpočty. Proto bylo i naší iniciativou tento recyklační poplatek zavést a nastavit podmínky způsobem: kdo vyprodukuje, ať nese svůj díl odpovědnosti za vznik odpadu,” říká **předseda Svazu měst a obcí František Lukl.***

Pro obce by zavedení tohoto „recyklačního“ poplatku mělo znamenat, že získají finanční prostředky, které budou sloužit k úhradě jejich nákladů spojených s provozem systému nakládání s odpady, v němž odpadní letáky končí.

Novela nijak nezakazuje výrobu reklamních letáků nebo neomezuje jejich distribuci, ale snaží se narovnat negativní dopady, zejména finanční, které letáky představují pro navyšování objemu odpadů.

Připravovaná novela bude účinná nejdříve v roce 2025, do té doby mají producenti letáků dostatek času na řešení cíleného směřování letáků zvláště pro seniory, kteří nevyužívají online prostředí ve svém počítači nebo telefonu.

Veronika Krejčí & Tiskové oddělení MŽP tel.: 267 122 835 nebo 267 122 058 e-mail: tiskove@mzp.cz

Připravovaná novela bude účinná nejdříve v roce 2025, do té doby mají producenti letáků dostatek času na řešení cíleného směřování letáků zvláště pro seniory, kteří nevyužívají online prostředí ve svém počítači nebo telefonu.

https://www.mzp.cz/cz/news_20240903_Nasim-cilem-je-prenest-zodpovednost-za-recyklaci-letaku-na-jejich-puvodce-a-zaroven-zmenit-distribuci-tak-aby-nebyla-plosna-ale-cilena-Nejedna-se-o-konec-letaku-ujistilo-MZP-Radu-senioru