

PAKUJEMY SIĘ W KŁOPOTY?

Raport z badań – co Polacy wiedzą
o opakowaniach i jak sobie radzą
z segregacją odpadów.



Pakujemy się w kłopoty?

Raport z badań – co Polacy wiedzą o opakowaniach i jak sobie radzą z segregacją odpadów | 2023

Warszawa, **kwiecień 2023**

Wydawca: **Interzero Organizacja Odzysku Opakowań S.A.**

interzero[®]
zero waste solutions

Raport powstał w ramach Publicznej Kampanii Edukacyjnej „Eko bez kantów”.
Własność intelektualna: Wszelkie prawa zastrzeżone. Cytowania możliwe z podaniem nazwy wydawcy i tytułu raportu.

SPIS TREŚCI

- 04 **Przedmowa**
- 05 **Executive summary**
- 06 **Co mamy w koszyku?**
Na co zwracamy uwagę podczas codziennych zakupów.
- 11 **Co znaczy eko?**
Na tropie definicji.
- 12 **Informacje na opakowaniach.**
Czy są mapą dla konsumentów?
- 17 **Symbole na opakowaniach.**
Stracona szansa informacyjna?
- 23 **Pani segreguje, pan segreguje... a pan nie!**
Co deklarują Polacy?
- 33 **Czy chcemy wiedzieć więcej?**
Źródła wiedzy na temat opakowań i oznaczeń. Które z nich preferują Polacy?
- 34 **Metodologia i struktura próby badawczej**
- 35 **O Interzero**



Anna Grom

Prezes Zarządu
Grupy Interzero
w Polsce

Przedmowa



Kiedy latem 2017 roku do Polski zawitał Jednolity System Segregacji Odpadów, pożegnaliśmy wcześniej panujący bałagan. Wreszcie ustanowiono powtarzalne kolory pojemników dla każdej frakcji we wszystkich gminach. Wydawało się, że wystarczy już tylko sortować odpowiednio odpady. W ciągu ostatnich kilku lat wiele badań konsumenckich przynosiło budujące informacje o wzroście świadomości ekologicznej Polaków, szczególnie w odniesieniu do selektywnej zbiórki. Można było odnieść wrażenie, że zostaliśmy mistrzami sortowania.

To wyobrażenie nie współgra z tym, co wiemy, działając na rynku gospodarki odpadami. Zresztą nie trzeba być ekspertem, żeby nabrać wątpliwości. Prawie każdy z nas dostrzega niedoskonałości, kiedy widzi, co i gdzie wyrzucają niektórzy sąsiedzi. Postanowiliśmy więc zrobić badanie, które nie poprzestaje na prostej deklaracji o sortowaniu. Sprawdziliśmy, na co Polki i Polacy zwracają uwagę podczas zakupów, jak interpretują oznaczenia na opakowaniach, na ile frakcji segregują, co robią z opakowaniem przed wyrzuceniem i wreszcie, w których pojemnikach umieszczają wybrane odpady. Uzyskane wyniki otwierają oczy na sprawy, które jeszcze wymagają poprawienia, szczególnie w obszarze kształtowania świadomości społeczeństwa i producentów.

Liczę, że nasze badanie, zrealizowane z Opinia24, w ramach publicznej kampanii edukacyjnej „Eko bez kantów”, opublikowane w przededniu polskiego Dnia Długu Ekologicznego, skłoni nie tylko do refleksji, ale także działań.

Zachęcam do zapoznania się z wynikami.

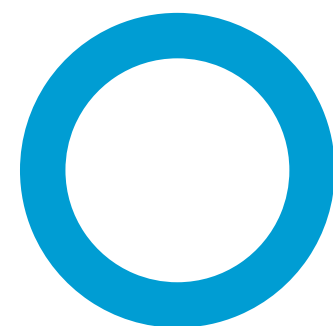
Executive summary

Sortowanie odpadów jest obowiązkiem, a nie dobrą wolą konsumentów.

Selektywna zbiórka odpadów komunalnych w minimalnym, złożonym z pięciu frakcji systemie, jest obowiązkiem każdego z nas. Termin, w którym wszystkie gminy miały obowiązek wymienić pojemniki odpadowe na dostosowane do nowego systemu, we właściwych kolorach, upłynął 30 czerwca 2022 roku. Nowe pojemniki muszą być zgodne z Jednolitym Systemem Segregacji Odpadów – z podziałem na frakcje: bioodpady, papier, szkło, metale i tworzywa sztuczne oraz frakcję dodatkową – odpady komunalne zmieszane. Jednolity System Segregacji Odpadów (JSSO) wdrażany jest sukcesywnie od 1 lipca 2017 roku.

Co deklarują w tym zakresie Polacy po prawie roku od wprowadzenia obowiązku?

Jak dużo wiedzą o prawidłowej segregacji odpadów oraz jakie podejmują decyzje zakupowe, których konsekwencjami są ilości odpadów opakowaniowych?



01

Zaledwie połowa (51%) deklaruje, że w swoim gospodarstwie domowym sortuje odpady na wszystkie frakcje.

02

91% sortuje odpady zmieszane, 88% szkło oraz odpady z metali i tworzyw sztucznych, 84% papier, 62% bioodpady.

03

43% Polaków deklaruje, że potrafi odpowiednio sortować odpady. 26% przyznaje, że ma problem z wyborem pojemnika na odpady.

04

60% badanych sprawdza, czy opakowanie produktu pochodzi z recyklingu: 34% od czasu do czasu, 20% często, 6% zawsze.

05

39% konsumentów uważa, że na opakowaniach jest zbyt wiele oznaczeń i trudno im jest znaleźć poszukiwaną informację.

06

82% ankietowanych chce rozszerzać swoją wiedzę na temat opakowań i oznaczeń na nich umieszczanych.

07

Nawet ci, którzy sortują odpady na 5 frakcji, mają problem z poprawnym przypisaniem codziennych odpadów do właściwych pojemników. Wskazują błędnie lub nie wiedzą, gdzie wyrzucić: karton po napoju (49%), zużyty ręcznik papierowy (53%) lub paragon (71%).

08

60% badanych oczekuje jednego standardu opakowań i oznaczeń.



Co mamy w koszyku?

Na co zwracamy uwagę podczas codziennych zakupów.

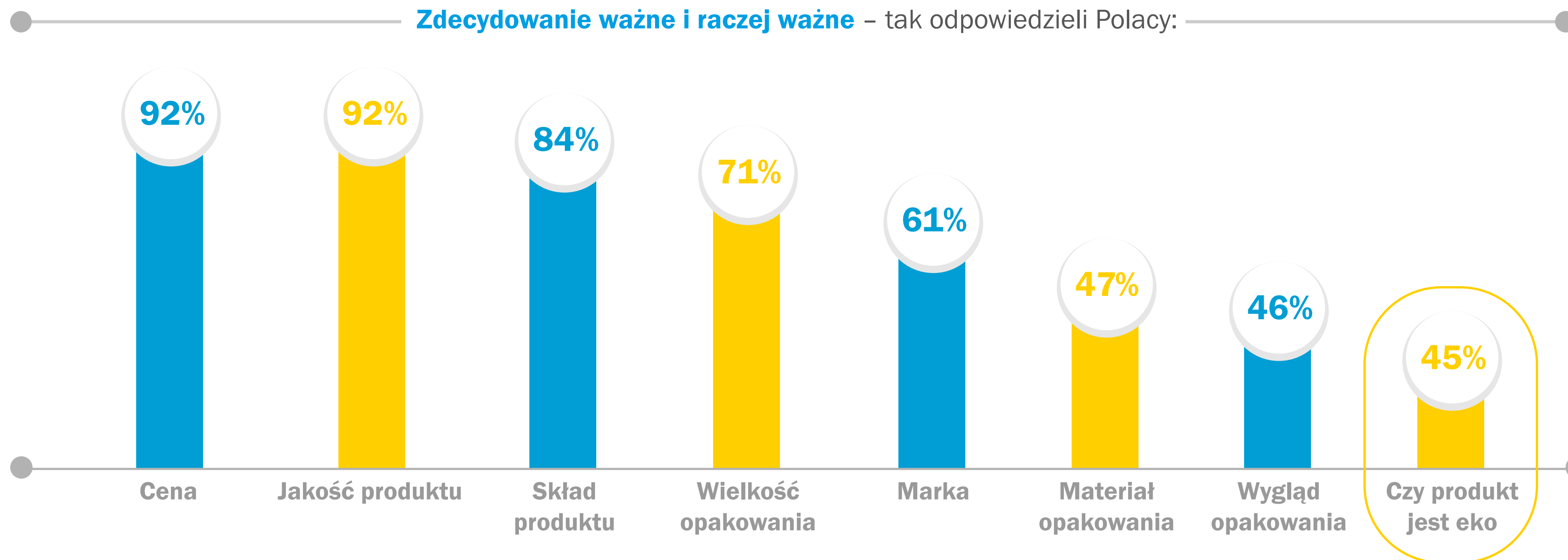
Czy już na etapie robienia zakupów Polacy biorą pod uwagę, ile i jakie odpady wygenerują?

- ➔ Ocena wszystkich aspektów
- ➔ Cena, jakość, skład i marka
- ➔ Wielkość, wygląd i materiał opakowania
- ➔ Produkty eko



Co mamy w koszyku?

Na co zwracamy uwagę podczas codziennych zakupów.

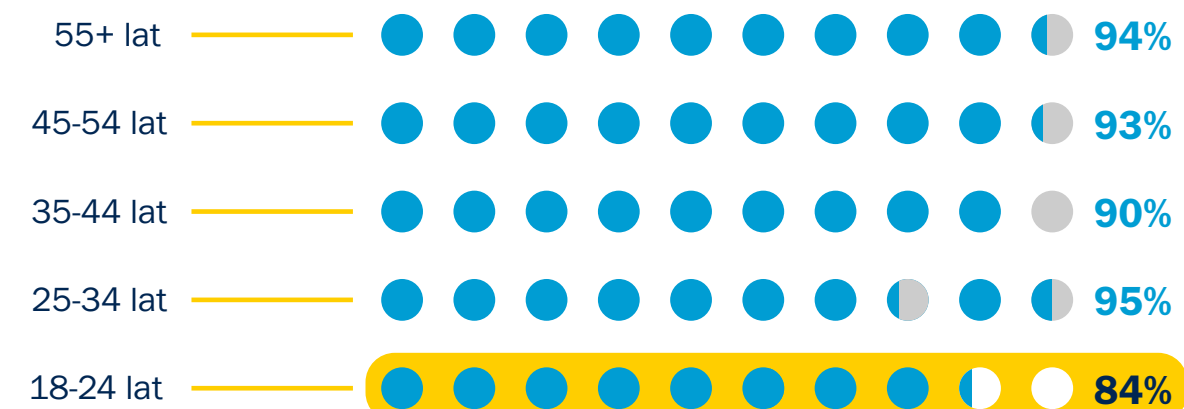


Dla konsumentów najważniejszymi czynnikami podczas zakupów są cena i jakość produktu (92%), zaraz za nimi jego skład (84%). W przypadku opakowań interesują ich głównie gabaryty (71%), w mniejszym stopniu zwracają uwagę na materiał, z którego są wykonane (47%). Najmniej, bo 45% respondentów zwraca uwagę, czy produkt jest eko.

Cena, jakość, skład i marka.

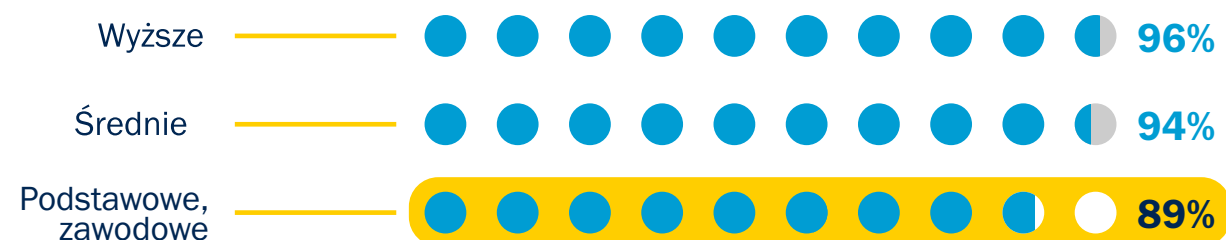
Czy dla wszystkich są tak samo istotne?

Cena



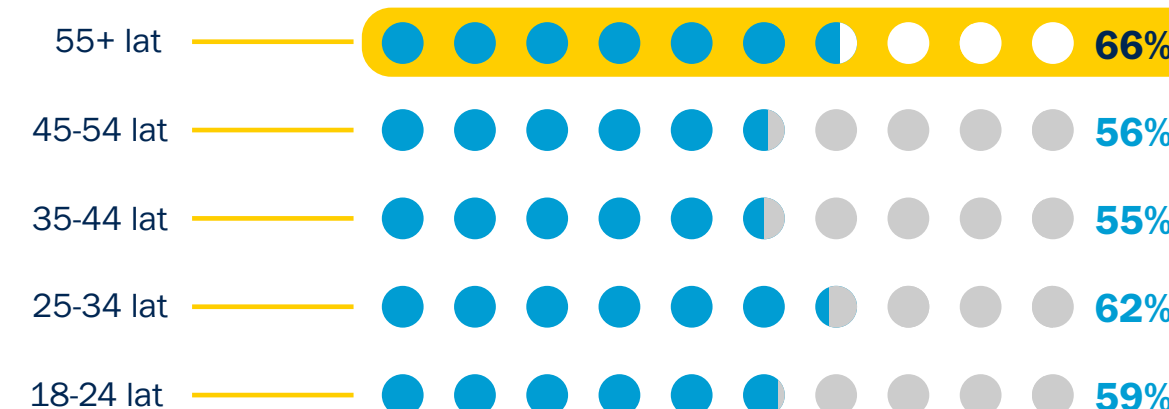
Ogółem ważna dla 92% Polaków. **Zauważalnie mniej istotna dla najmłodszych (84% wskazań w grupie 18-24 lata).**

Jakość produktu



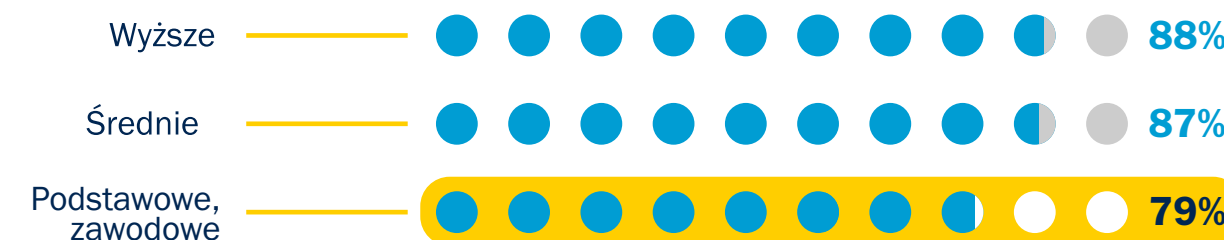
Ogółem ważna dla 92% Polaków, niezależnie od płci i wieku. **Mniej istotna dla osób z niższym wykształceniem (89% wskazań w tej grupie).**

Marka



Ogółem ważna dla 61% Polaków. **Zauważalnie bardziej istotna dla osób 55+ (66% wskazań w tej grupie wiekowej).** Aż 31% badanych wybrało odpowiedź: Ani ważna, ani nie ważna, co stanowi najwyższą tego typu procentową odpowiedź przy ocenie czterech omawianych aspektów.

Skład produktu

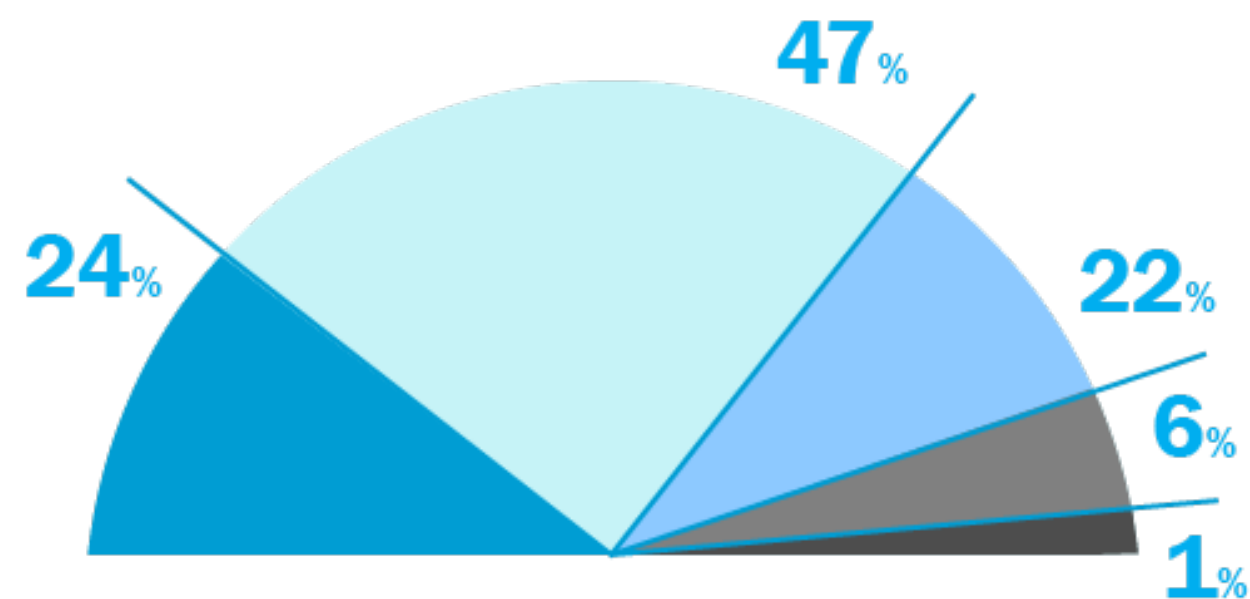


Ogółem ważny dla 84% Polaków, niezależnie od płci, wieku czy miejsca zamieszkania. **Mniej istotny dla osób z niższym wykształceniem (79% wskazań w tej grupie).**

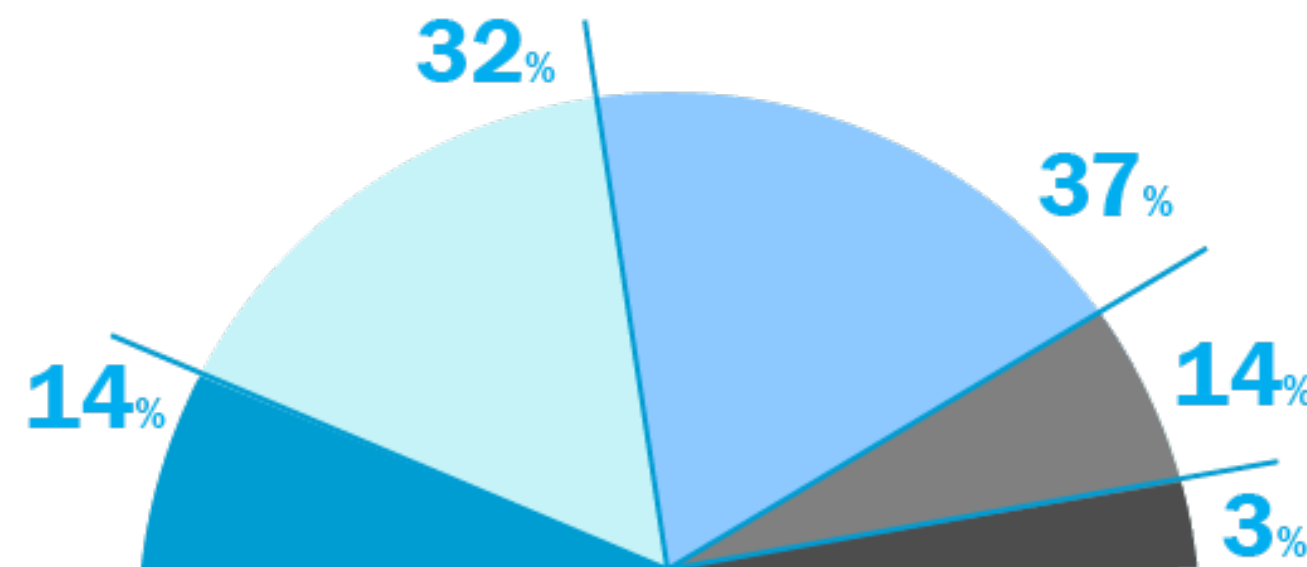
Wielkość, wygląd i materiał opakowania.

Czy zwracamy na to uwagę?

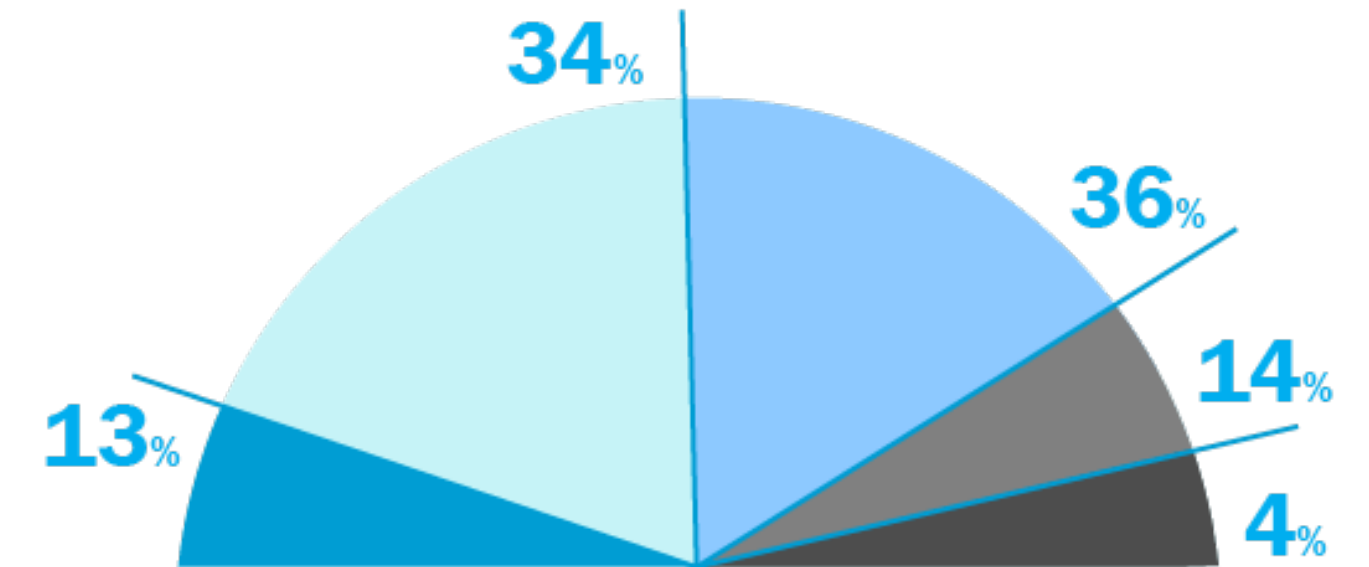
- Zdecydowanie ważne
- Raczej ważne
- Ani ważne, ani nie ważne
- Raczej nieważne
- Zdecydowanie nieważne



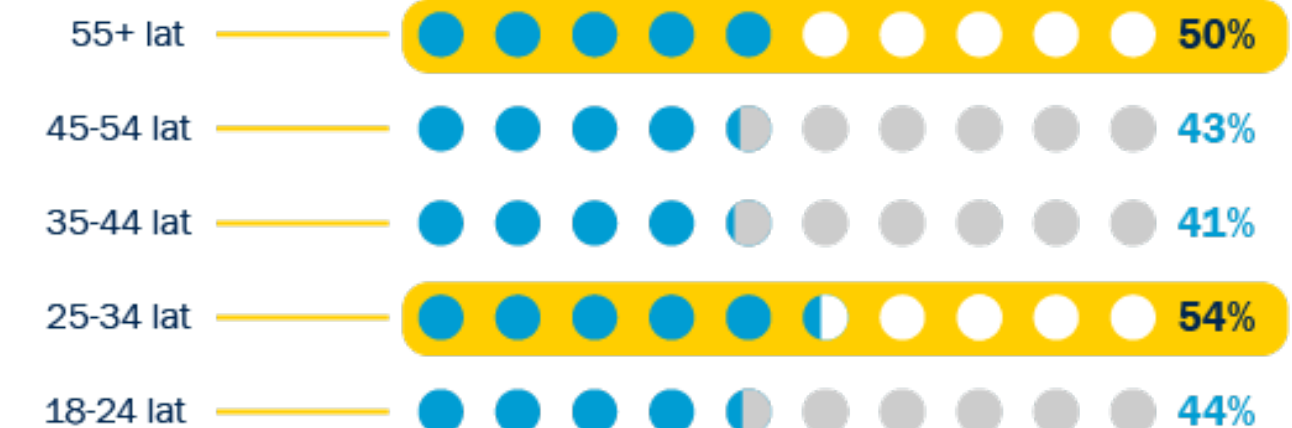
Wielkość opakowania ma znaczenie dla 71% Polaków. Jest ona najważniejszym czynnikiem, który analizujemy w związku z opakowaniem produktu. Większe znaczenie ma dla kobiet – 75% wskazań ważne lub zdecydowanie ważne, niż dla mężczyzn – tu analogicznie 66% wskazań. Wyraźnie rzadziej tym czynnikiem kierują się młodzi.



Wygląd opakowania ma znaczenie dla blisko połowy Polaków (46%). Nie zaobserwowano istotnych statystycznie różnic pomiędzy respondentami o różnych cechach demograficznych.



Materiał opakowania za ważny uznało 47% badanych. Zwracają na niego uwagę częściej osoby w wieku 25-34 lata oraz 55+ (odpowiednio 50% i 54%). W pozostałych grupach wiekowych waha się od 41% do 44%.



Respondenci mają obojętny stosunek do opakowań, choć to one stają się później odpadem, który muszą następnie właściwie zagospodarować.

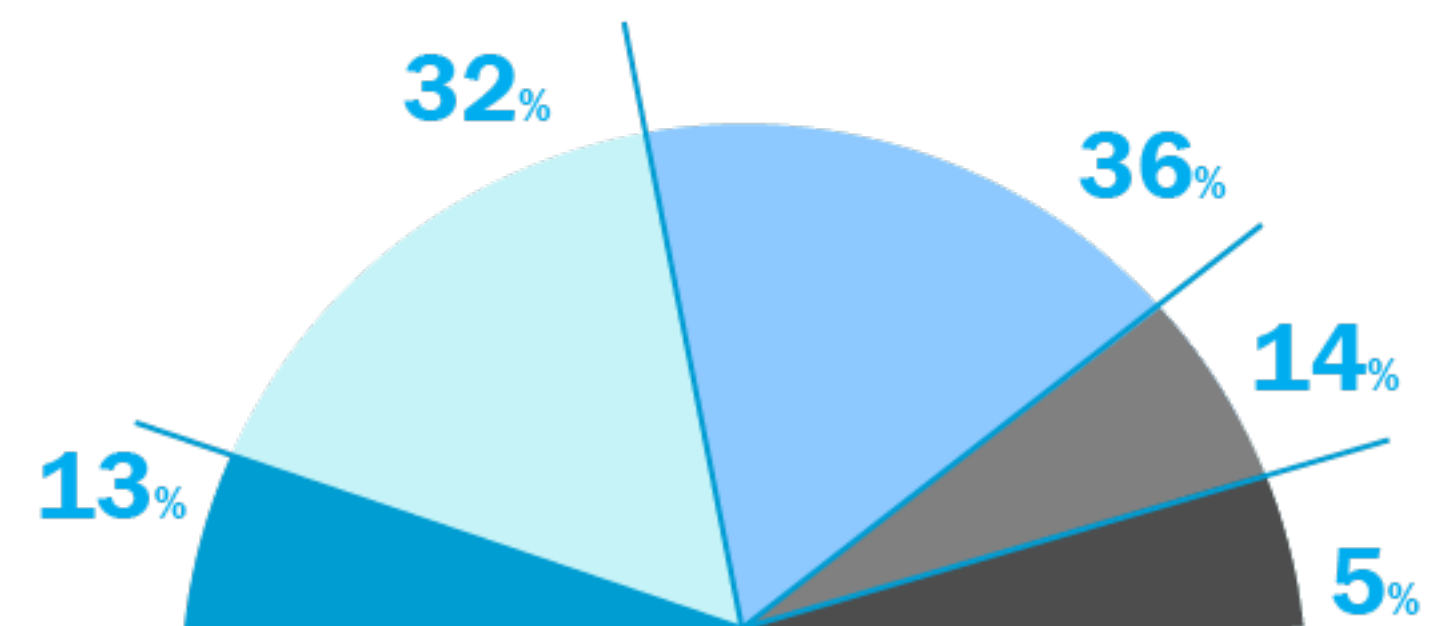
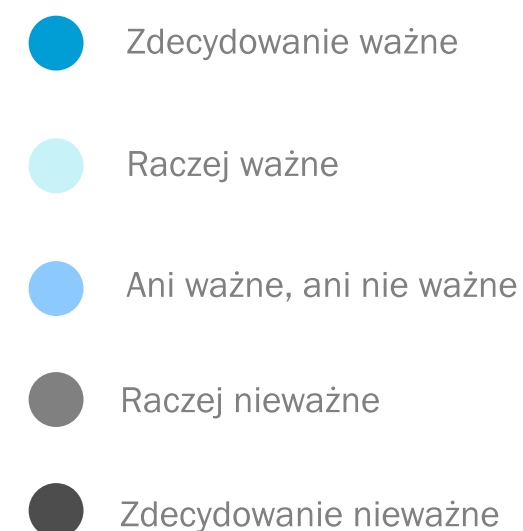


Produkty eko – jak bardzo istotne dla konsumentów?

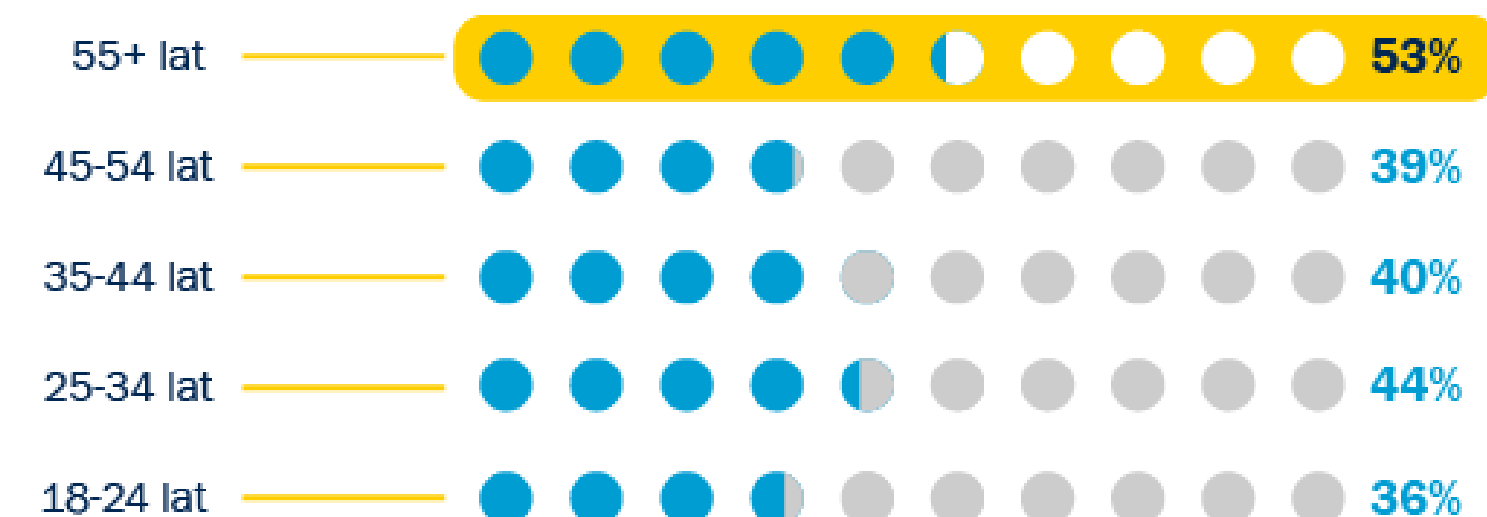
To, czy produkt jest ekologiczny interesuje 45% Polaków.

W porównaniu do pozostałych wyróżników produktów, ten zebrał najmniej wskazań jako ogólnie ważny. Dla 36% badanych ekologiczność produktu jest obojętna podczas podejmowania decyzji zakupowej. To podobnie wysoki wskaźnik poziomu obojętności, jak w przypadku opakowań produktów.

- Podczas zakupów na ekologiczność produktu częściej zwracają uwagę osoby w wieku 55+.
- 50% Polaków nie wybiera produktów ekologicznych, ponieważ są za drogie. Tylko dla 17% cena nie ma tu znaczenia.
- 29% badanych wybiera marki, o których wie, że są ekologiczne, bez sprawdzania oznaczeń. Takiego zaufania do marek nie deklaruje 24% respondentów.
- Znaczenie, czy produkt jest ekologiczny, maleje wraz z liczbą osób w gospodarstwie domowym – 50% badanych mieszkających w pojedynkę uznaje to za ważne, a analogicznie 40% gdy jest co najmniej 5 osób w rodzinie.



Ekologiczność produktu zdecydowanie lub raczej ważna wg wieku badanych:



Co znaczy eko?

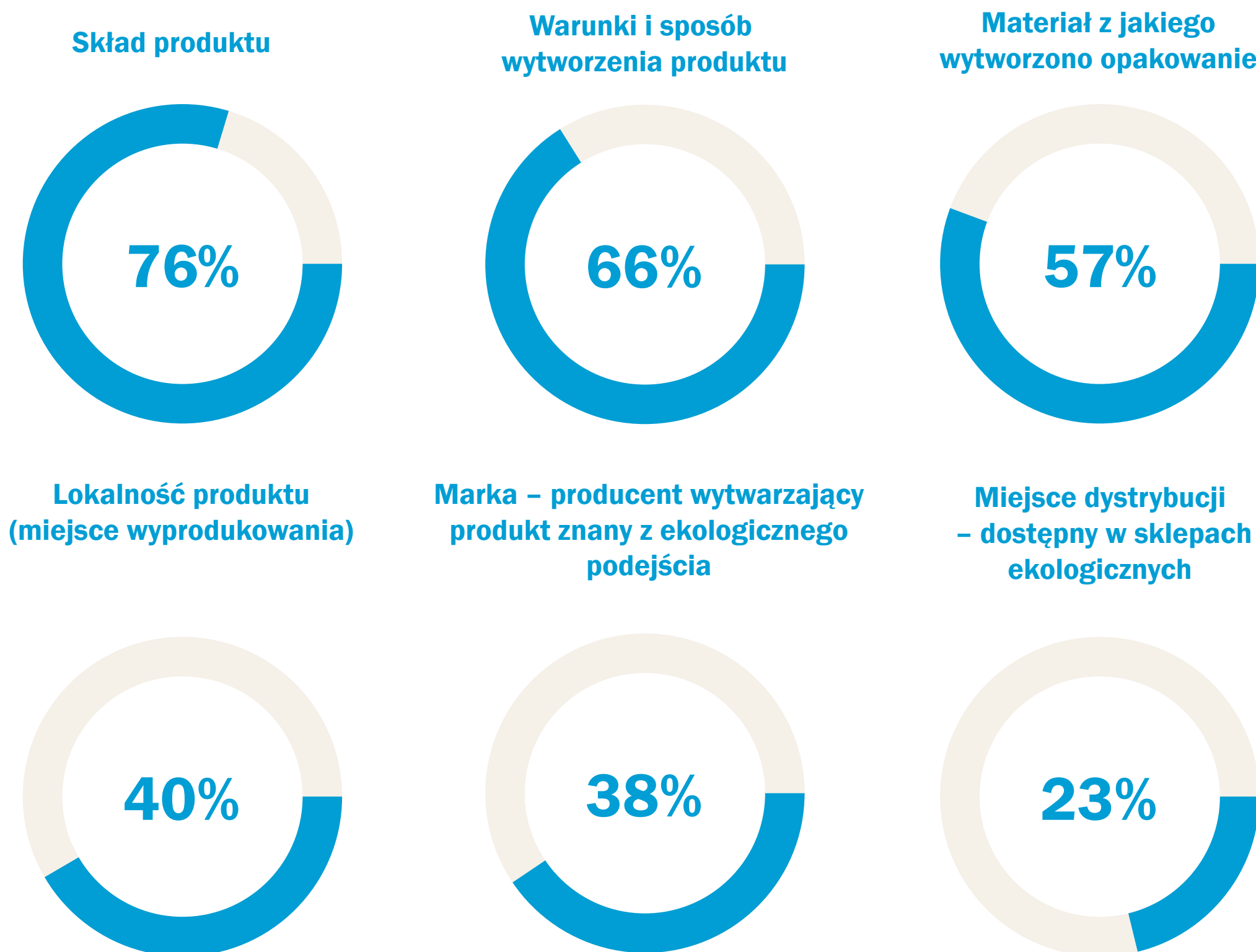
Na tropie definicji.

Ekologiczny produkt przez każdego może być rozumiany inaczej, nie ma jednej definicji. Dla zdecydowanej większości badanych jest to związane ze składem produktu (76% wskazań). Co ciekawe, **aż 57% respondentów utożsamia ekologiczny produkt z materiałem, z którego wytworzono opakowanie.**

Skład produktu oraz warunki i sposób jego wytworzenia są najważniejsze, aby móc określić go mianem produktu ekologicznego (tak wskazuje odpowiednio 76% i 66% badanych). Aż 57% respondentów utożsamia ekologiczny produkt z materiałem, z którego wytworzono opakowanie. Pokazuje to, jak istotnym elementem dla uznania produktu za ekologiczny jest opakowanie.

Na skład oraz opakowanie ekologicznych produktów o 8 punktów procentowych częściej zwracają uwagę osoby 55+. Przywiązują one za to dużo mniejszą wagę do marki oraz rzadziej poszukują produktów ekologicznych w specjalistycznych sklepach. Dla 53% respondentów w wieku 18-24 za ekologicznością produktu przemawia marka, a jest ona istotna tylko dla 32% osób w wieku 35-45 i 36% w wieku 55+.

Co określa produkt eko?



Informacje na opakowaniach.

Czy są mapą dla konsumentów?

90% Polaków sprawdza informacje umieszczone na opakowaniach.
Przy każdym zakupie robi to **21% kobiet** i **13% mężczyzn**.

60% sprawdza, czy opakowanie pochodzi z recyklingu, z czego 26% robi to zawsze lub często.
Połowa ankietowanych wykonuje krok więcej – weryfikuje, ile procent opakowania zostało wykonane z surowca wtórnego – recyklatu.

- ➔ **Jakich informacji szukamy na opakowaniach**
- ➔ **Jak często szukamy informacji na opakowaniach**
- ➔ **Opakowanie z recyklingu**
- ➔ **Ocena informacji na opakowaniach**



Informacje na opakowaniach

Jak często szukamy informacji na opakowaniach produktów? 90% Polaków sprawdza informacje umieszczone na opakowaniach, a 63% z nich robi to niemal za każdym razem.

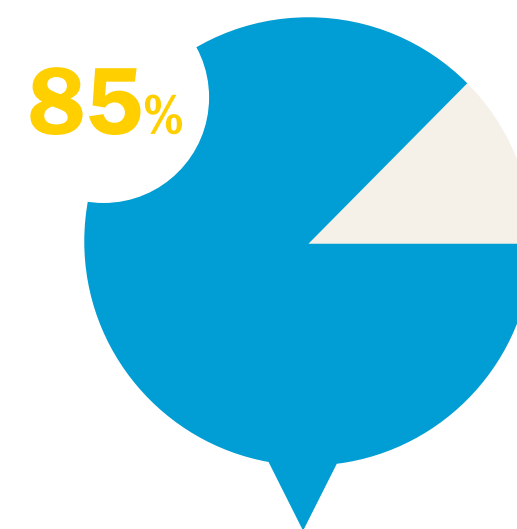
Najczęściej interesuje ich data przydatności do spożycia (85%) i skład produktu (76%). Aspekty związane z ekologią, takie jak kraj pochodzenia, certyfikaty, instrukcja postępowania z opakowaniem czy jego zdolność do recyklingu budzą zainteresowanie zdecydowanej mniejszości.

Warte odnotowania jest, że powszechne zwracanie uwagi na datę przydatności wskazuje na wysoką świadomość konsumentów w zakresie marnowania dóbr, a tym samym może przyczyniać się do zmniejszenia ilości odpadów.

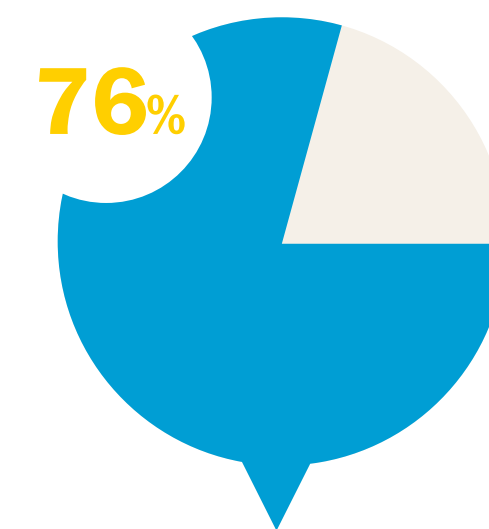
Im więcej osób w gospodarstwie domowym, tym częściej badani szukają informacji jak postępować ze zużytym opakowaniem – blisko dwukrotnie więcej wskazań pochodzi od respondentów z rodzin 5+. Ponadto mający dzieci lub zwierzęta domowe chętniej szukają takich informacji.

Zainteresowanie certyfikatami jakości jest takie samo wśród badanych z dziećmi, jak i tych bez dzieci (odpowiednio 28% i 26%).

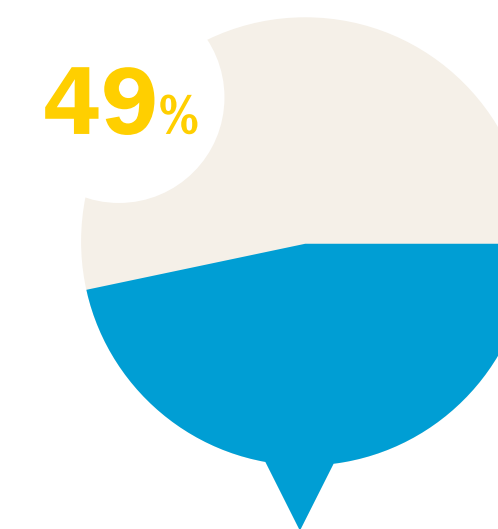
Jakich informacji szukamy na opakowaniach?



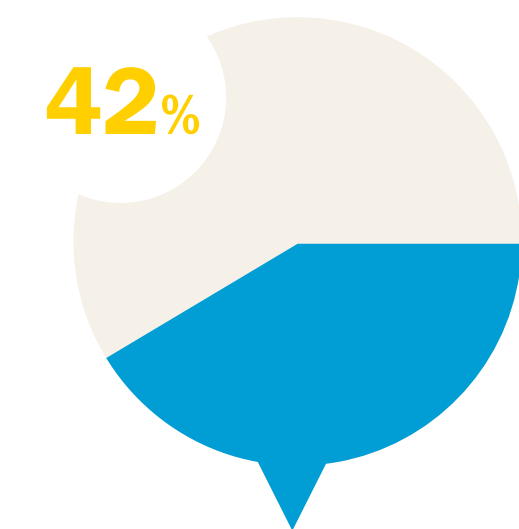
Data przydatności



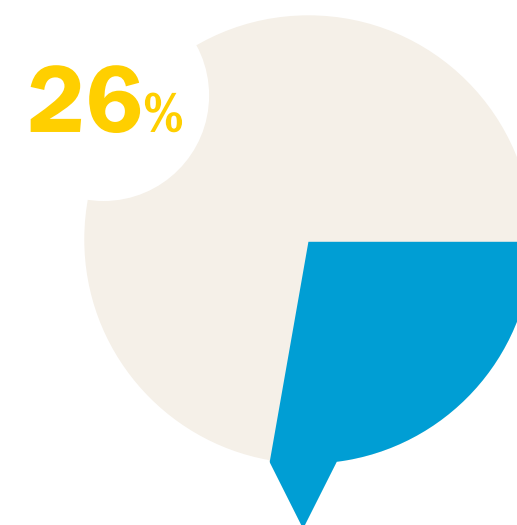
Skład produktu



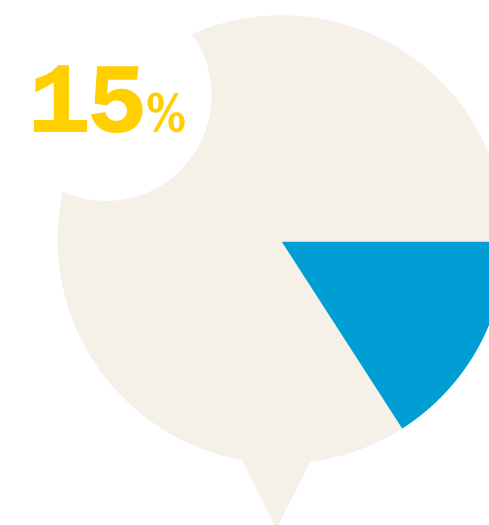
Masa produktu



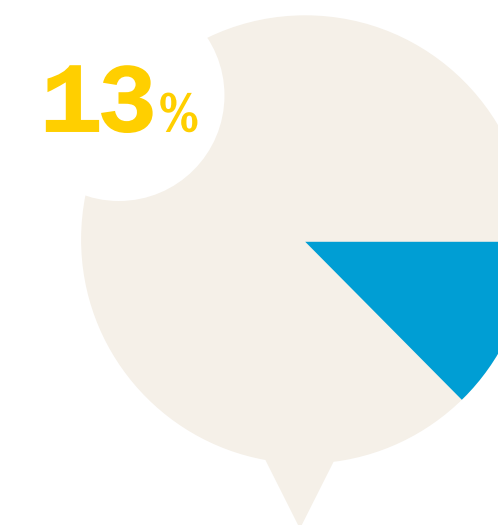
Kraj produkcji



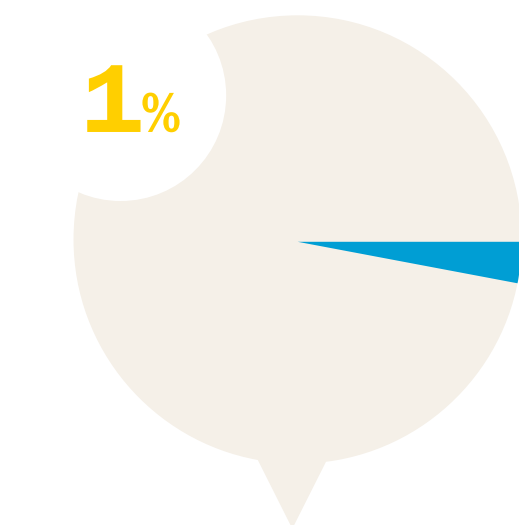
Certyfikaty jakości produktu



Co zrobić z opakowaniem



Oznaczenia opakowania



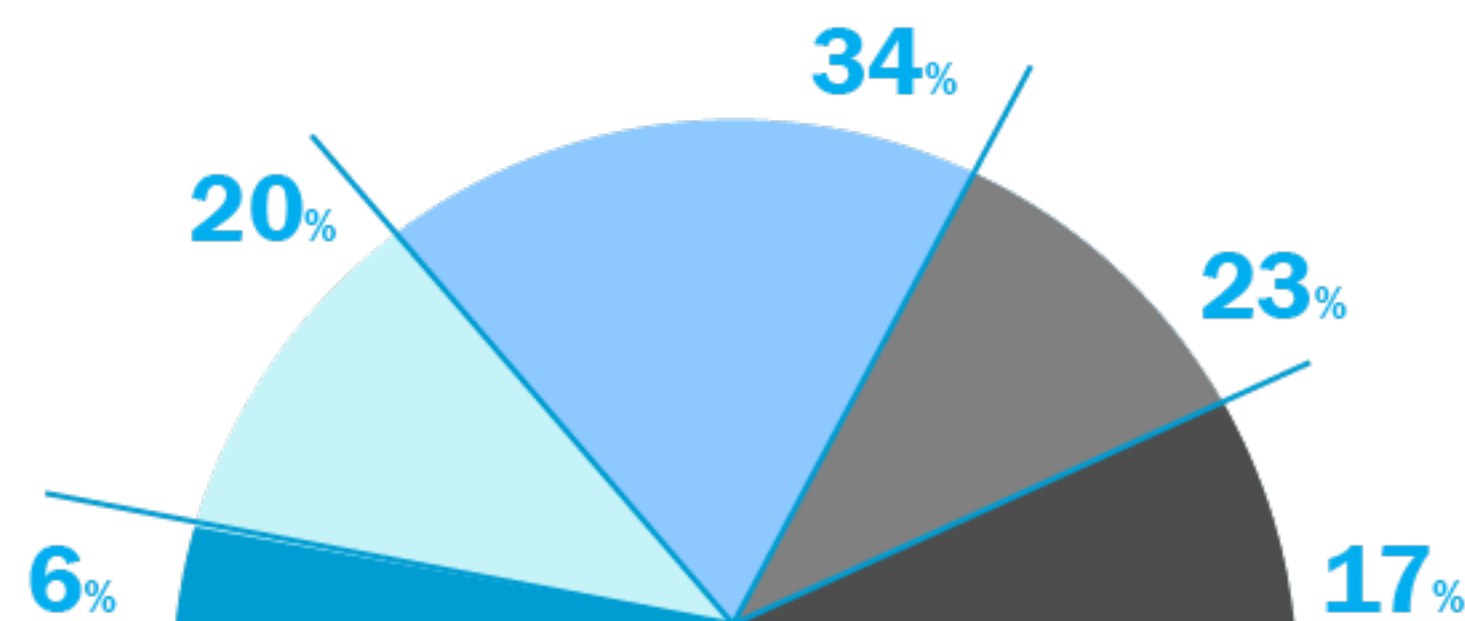
Inne

Opakowanie z recyklingu.

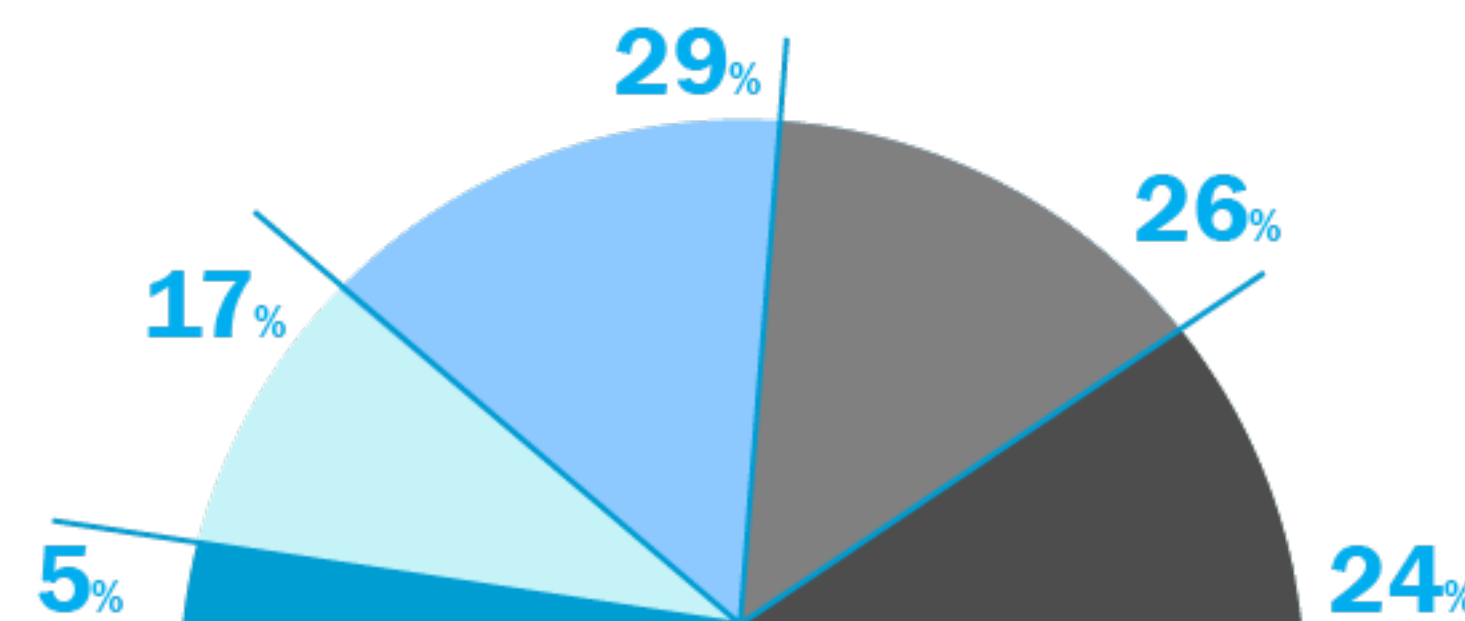
Czy to nas obchodzi?

60% badanych sprawdza, czy opakowanie produktu pochodzi z recyklingu:

34% od czasu do czasu, 20% często, 6% zawsze. W mniejszości są ci, którzy nigdy nie weryfikują, czy opakowanie pochodzi z recyklingu (17%) lub jaka jest zawartości recyklatów (24%). Odpowiednio 6% i 5% badanych robi to za każdym razem.



Czy sprawdzasz, czy opakowanie produktu, który kupujesz pochodzi z recyklingu?



Czy sprawdzasz, ile procent opakowania pochodzi z surowców z recyklingu?

● Zawsze ● Często ● Od czasu do czasu ● Rzadko ● Nigdy

Paweł Sosnowski

Pełnomocnik Zarządu
ds. Regulacji Środowiskowych,
Interzero

Komentarz eksperta



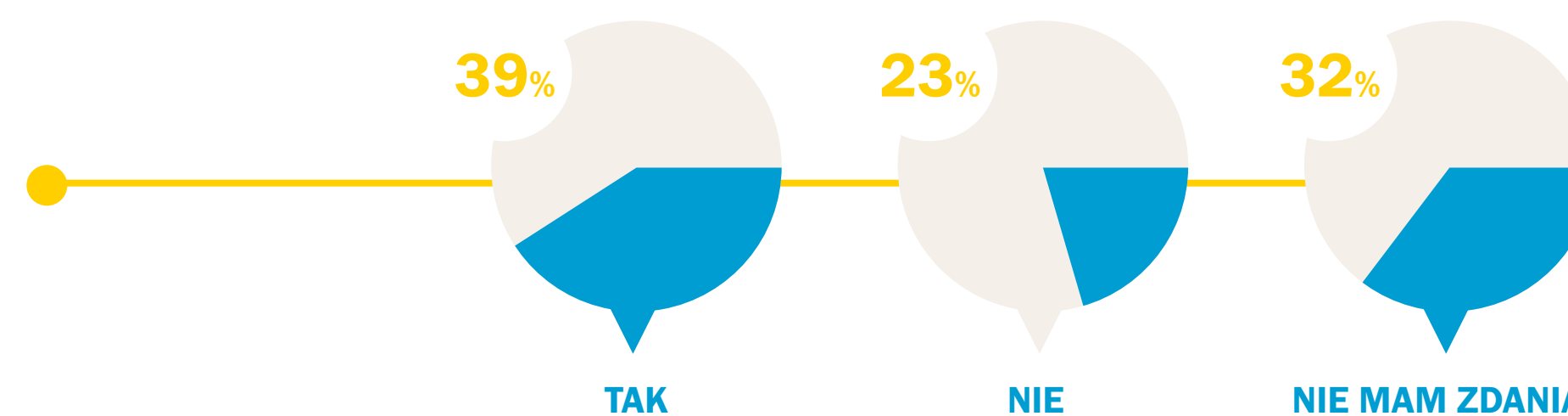
Unia Europejska konsekwentnie zmierza do przekształcenia wspólnotowej gospodarki z modelu linearnego na cyrkularny, czyli taki, w którym, w dużym uproszczeniu, odpad stanie się surowcem. W konsekwencji, zwiększa się wymagane poziomy recyklingu dla poszczególnych rodzajów opakowań, a także wprowadza obowiązkowe udziały recyklatu w wytwarzaniu nowych produktów. Zgodnie z popularnie nazywaną dyrektywą plastikową, czyli Single Use Plastic, od 2025 roku w przypadku butelek PET poziom recyklatu w nowych opakowaniach ma wynieść 25%. Jeśli już obecnie 60% respondentów przywiązuje do tego wagę, to jest to dobry zwiastun dla czekającej nas transformacji.

Ciekawym aspektem będzie też postępowanie z nakrętkami. 88% respondentów naszego badania zgłasza, że ich zdaniem nakrętkę z butelki należy usunąć. Tymczasem w art. 6 dyrektywy SUP czytamy o obowiązku wprowadzania do obrotu od lipca 2024 roku butelek z tworzyw sztucznych na napoje jedynie z przymocowanymi na stałe nakrętkami i wieczkami, a wymagane poziomy zbierania tych butelek będą odniesione do ich masy wprowadzonej z uwzględnieniem masy nakrętek i wieczek. Oczekiwany poziom selektywnej zbiórki wyniesie odpowiednio 77% w 2025 roku oraz 90% w 2029 roku. Spowoduje więc to zmiany nawyków konsumentów.

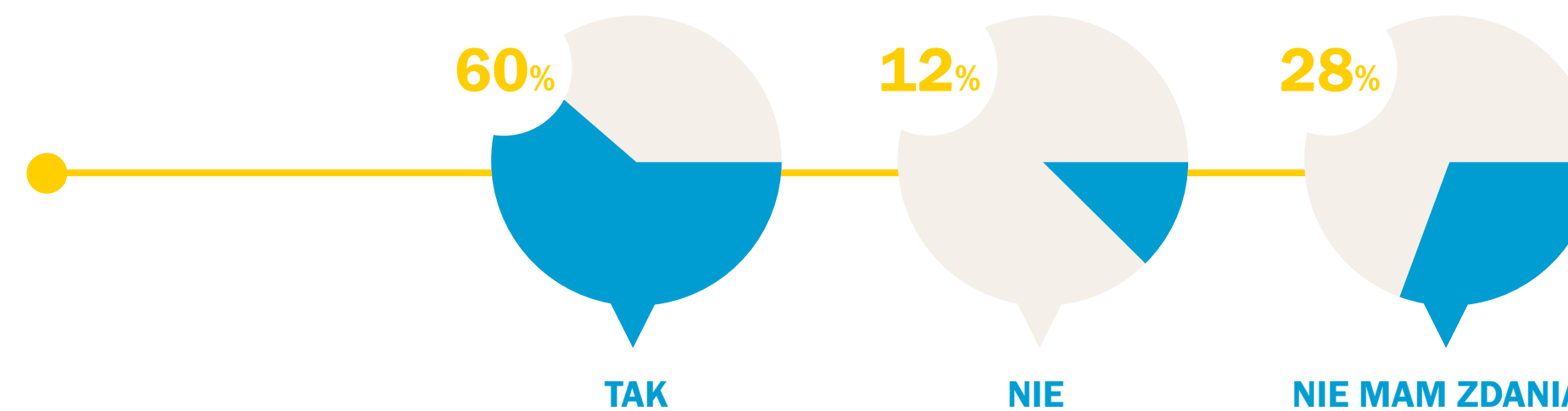
Jak oceniamy informacje na opakowaniach?

Podejmując decyzje zakupowe opieramy się w znacznej mierze na tym, co zostało podane na opakowaniu, począwszy od ceny, przez opis produktu, jego skład, po informacje o samym opakowaniu. **Aż 60% badanych chciałoby wprowadzenia ujednoliconego standardu wyglądu i oznaczania opakowań!**

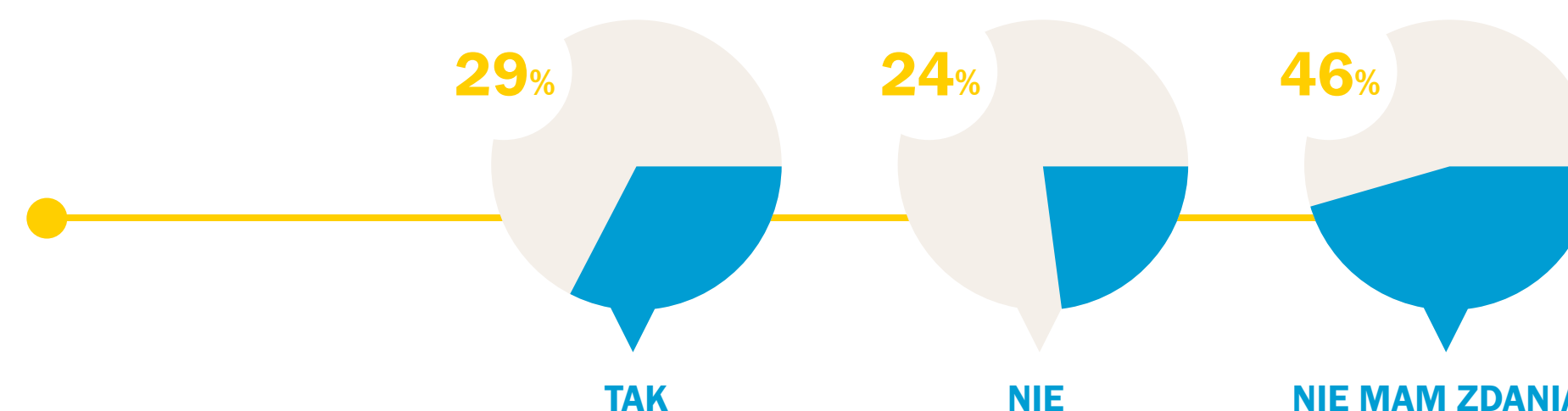
01 Opakowania produktów zawierają zbyt wiele informacji – trudno jest znaleźć to, czego szukam.



02 Powinien istnieć jeden standard wyglądu i oznaczenia opakowań, respektowany przez wszystkich producentów.



03 Wybieram marki, o których wiem, że są ekologiczne – nie muszę sprawdzać oznaczeń.



Symbole na opakowaniach.

Stracona szansa informacyjna?

Symbole na opakowaniach są dla konsumentów mylące. Powinien istnieć jeden, przejrzysty standard oznaczeń – taki ogólny wniosek płynie z odpowiedzi Polaków. Jednocześnie, deklarowana znajomość symbolu na opakowaniu często nie idzie w parze z jego prawidłową interpretacją.

- ➔ **Rozpoznawalność symboli opakowań**
- ➔ **Rozpoznawalność symboli w zależności od wieku badanych**
- ➔ **Znajomość znaczenia symboli**



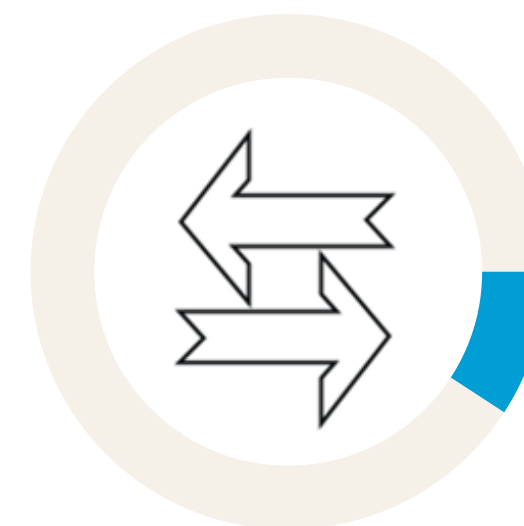
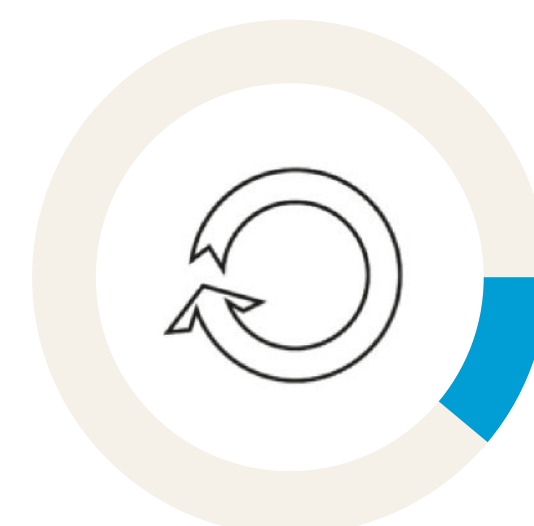
Rozpoznawalność symboli opakowań

Produkty na polskim rynku mają dużo oznaczeń na opakowaniach, które często są dobrowolne i nieujednolicone.

60% respondentów opowiada się za standaryzacją symboli.

Liczby przy oznaczeniach wyrażają odsetek Polaków, którzy się z nimi zetknęli.

Jedynie dwa symbole są powszechnie znane wśród konsumentów – międzynarodowy symbol wskazujący przydatność opakowania do ponownego przetworzenia (tzw. Wstęga Möbiusa) oraz symbol Proszę nie śmiecić (tzw. TidyMan). Polskie oznaczenia zgodne z rozporządzeniem o oznaczeniach na opakowaniach są rozpoznawane zdecydowanie rzadziej. To, które informuje o możliwości przeprowadzenia recyklingu rozpoznaje jedynie 11% badanych, a jeszcze mniej deklaruje znajomość oznaczenia opakowań wielokrotnego użytku (potocznie opakowań zwrotnych).



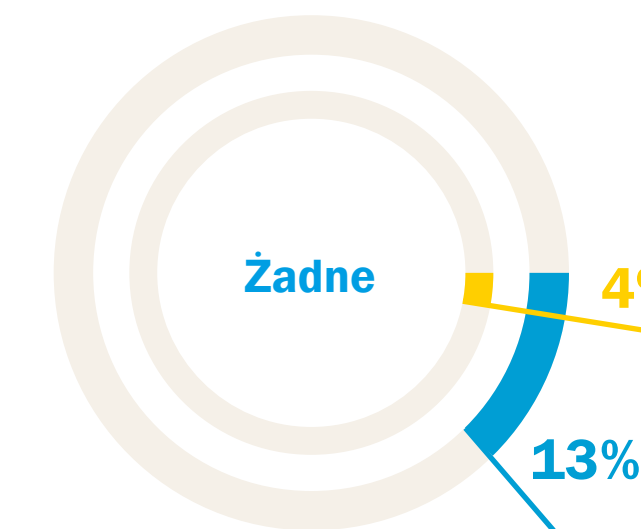
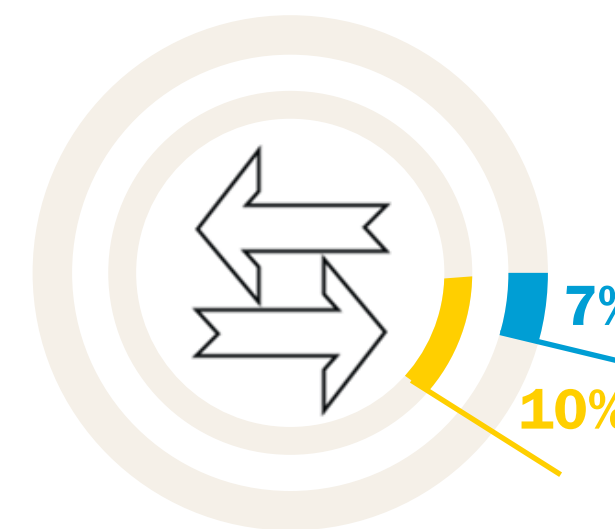
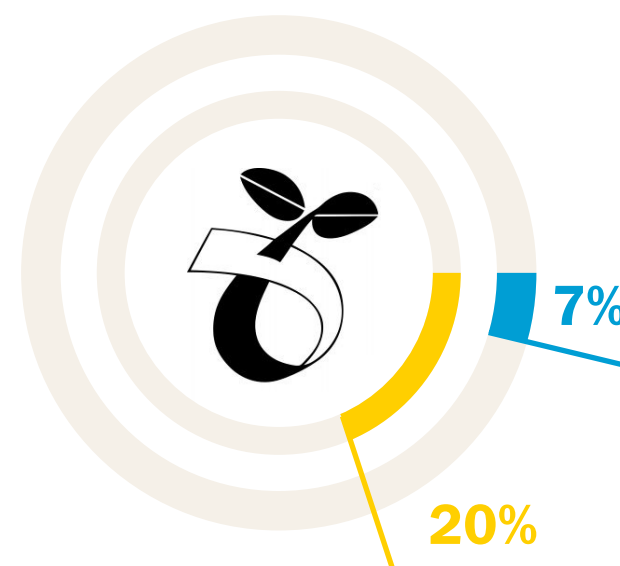
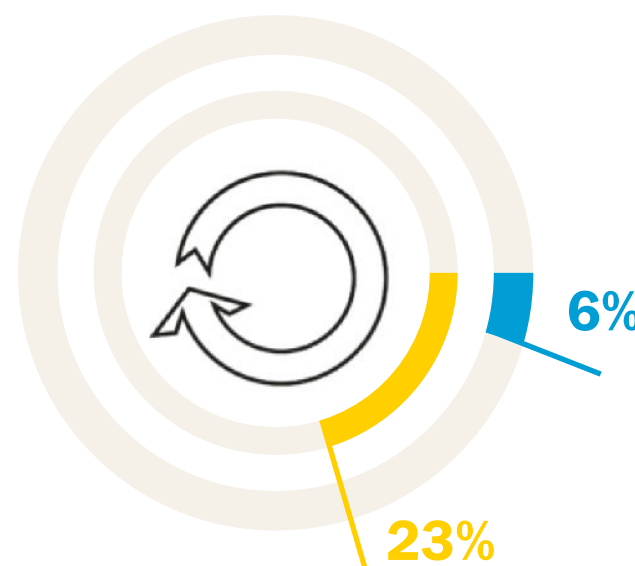
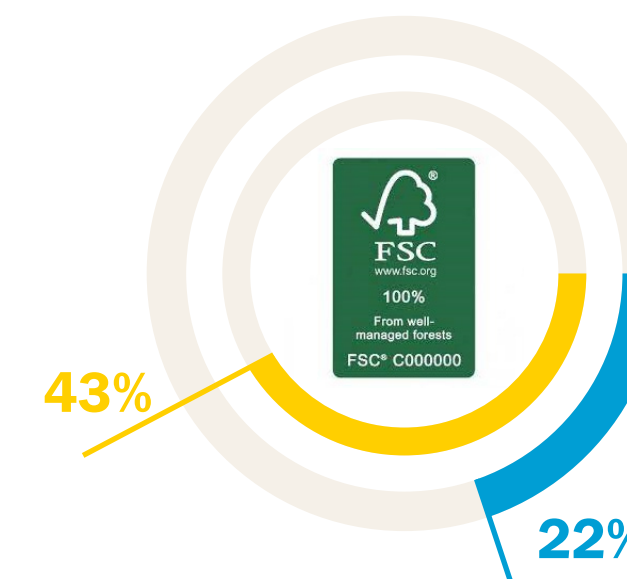
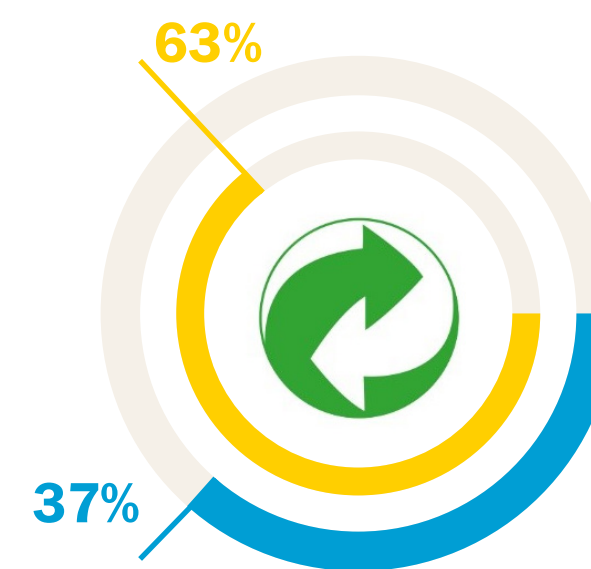
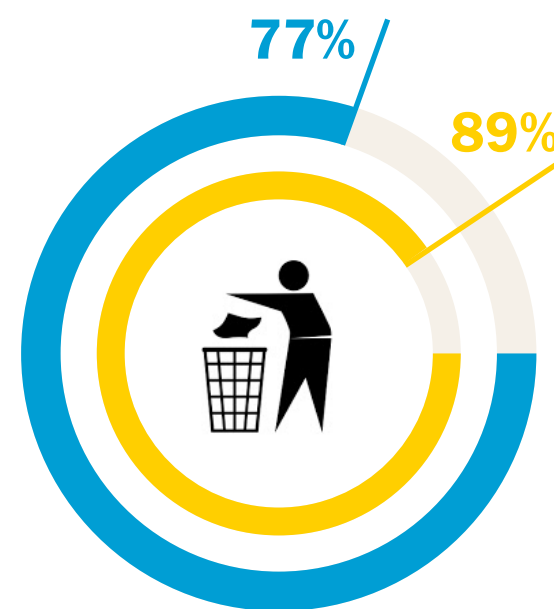
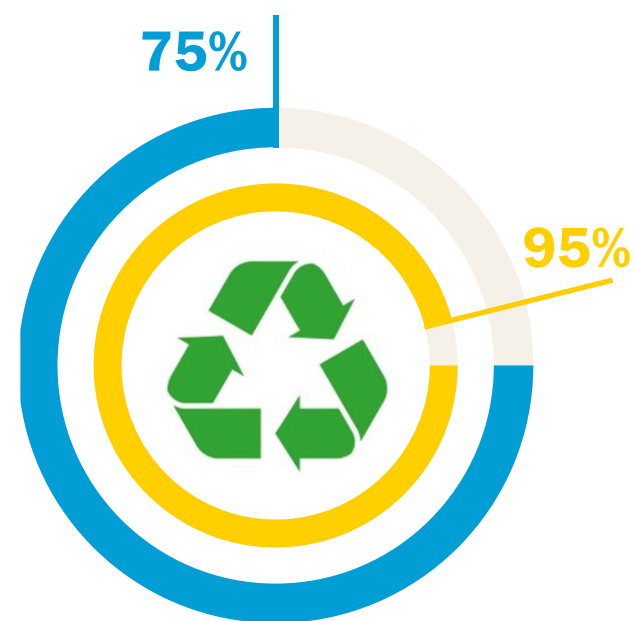
Rozpoznawalność symboli w zależności od wieku badanych

Świadomość istnienia wybranych symboli w podziale na wiek:

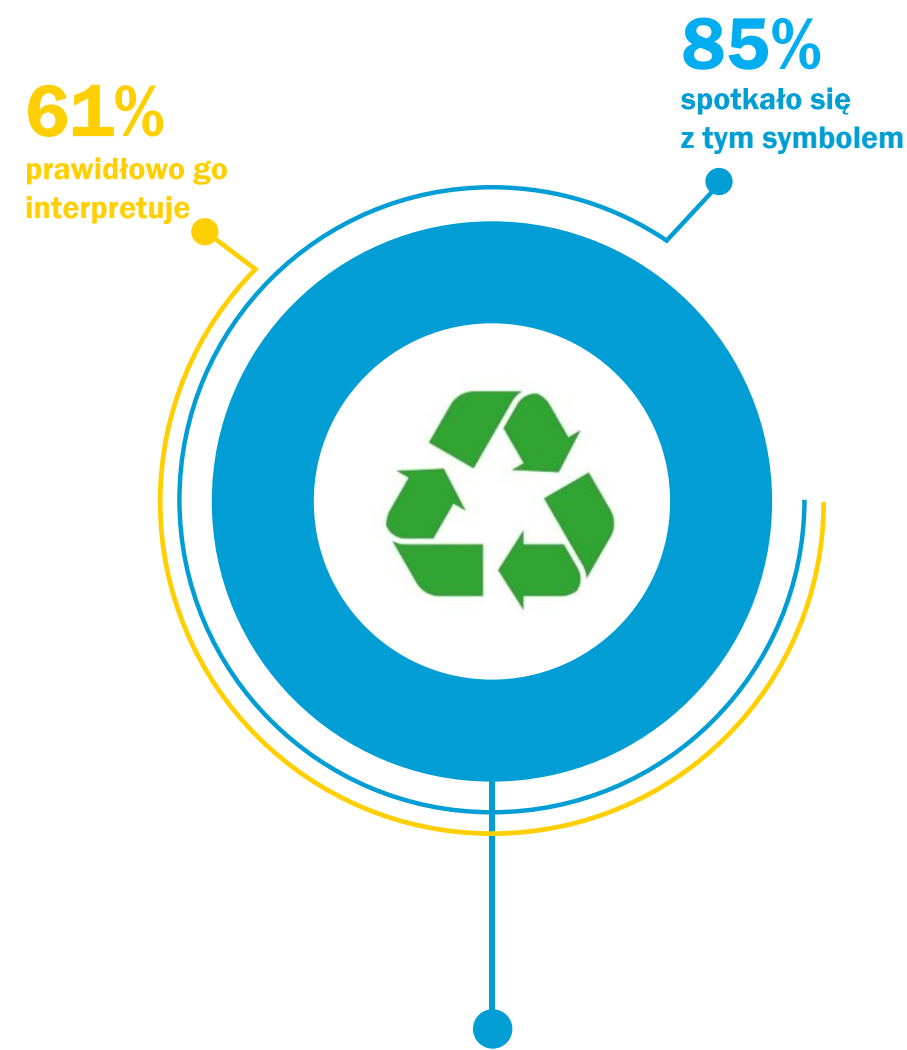
Badani 55+ istotnie rzadziej niż najmłodsi respondenci deklarują rozpoznawalność znaków na opakowaniach. Jak wynika z badania, nie przekłada się to jednak na poprawne interpretowanie tych symboli, gdzie trafność jest podobna dla obu grup.

● 55+ lat

● 18-24 lata

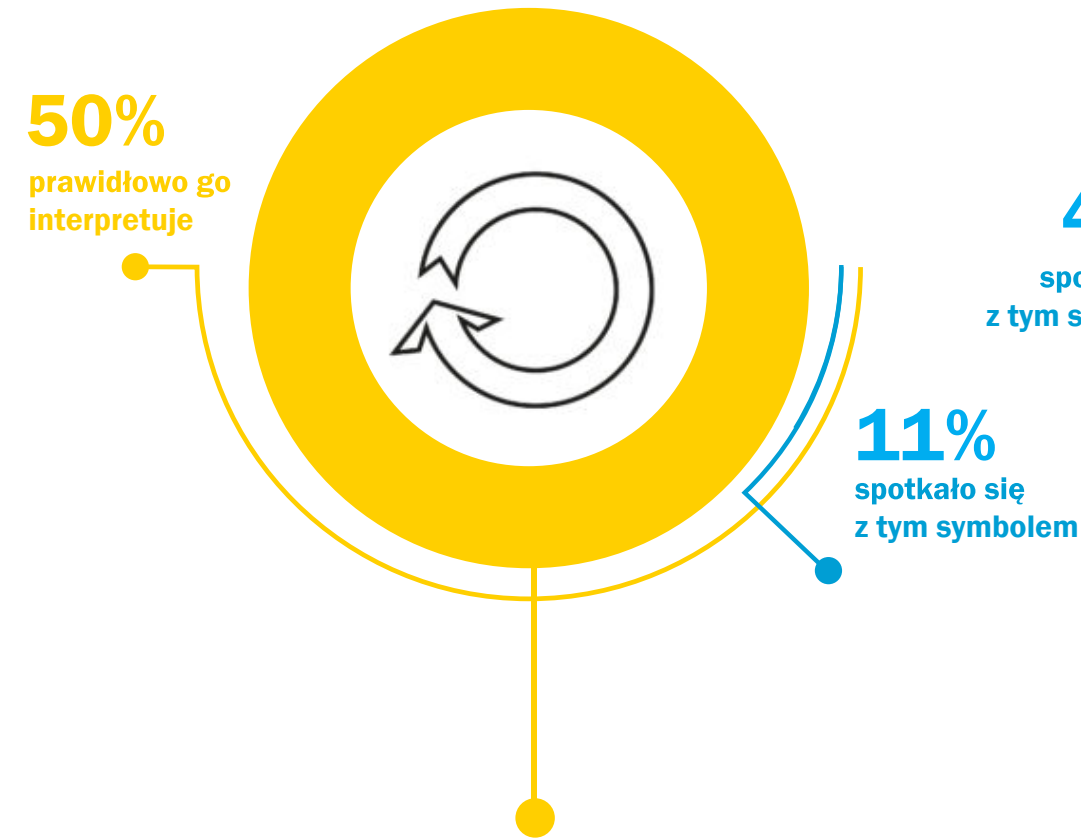


Znajomość znaczenia symboli



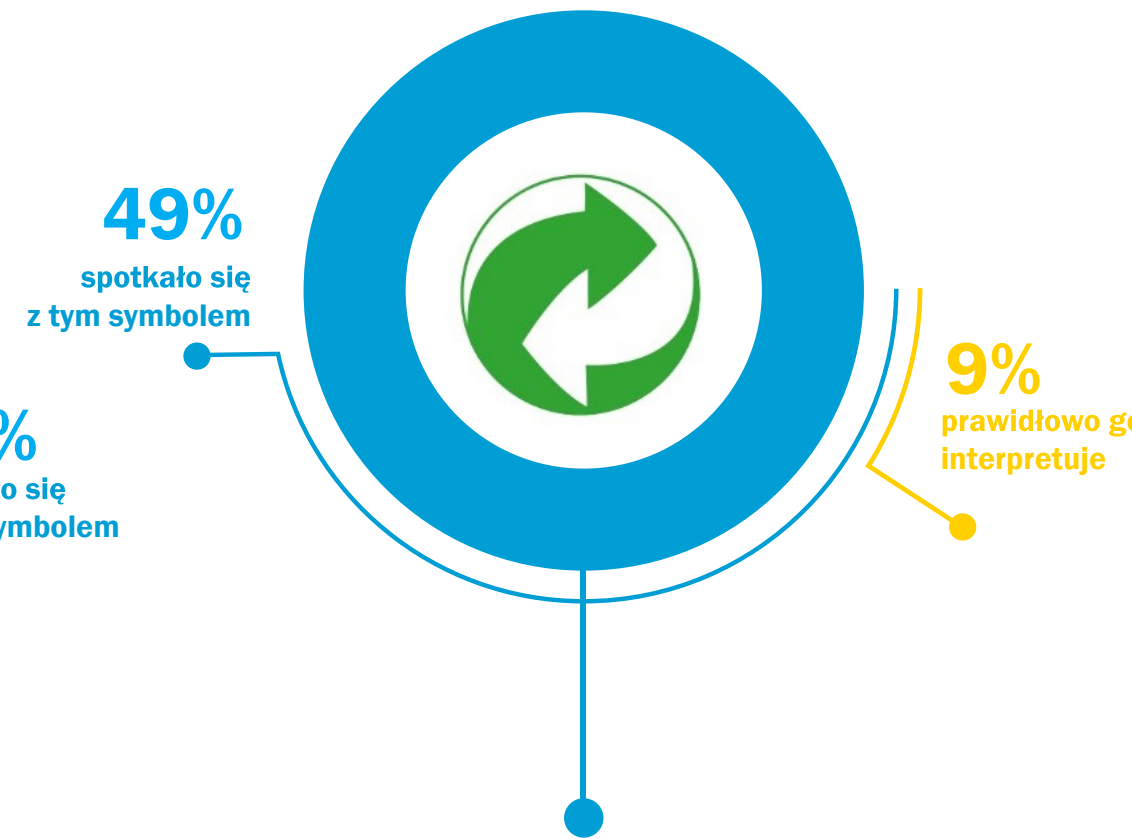
Wstęga Möbiusa:
Symbol potwierdzający przydatność opakowania do ponownego przetworzenia

Umieszczenie Wstęgi Möbiusa na opakowaniu potwierdza spełnienie międzynarodowej normy ISO 14021:2016. Podobnie jak polski symbol w postaci zaokrąglonej strzałki, potwierdza wykonanie opakowania w sposób umożliwiający recykling. Ten znak utrwalił się w naszej świadomości, jako symbol recyklingu. Pomimo tego, że kojarzy go największa liczba respondentów, co trzeci z nich nie potrafił wskazać jego prawidłowej definicji.



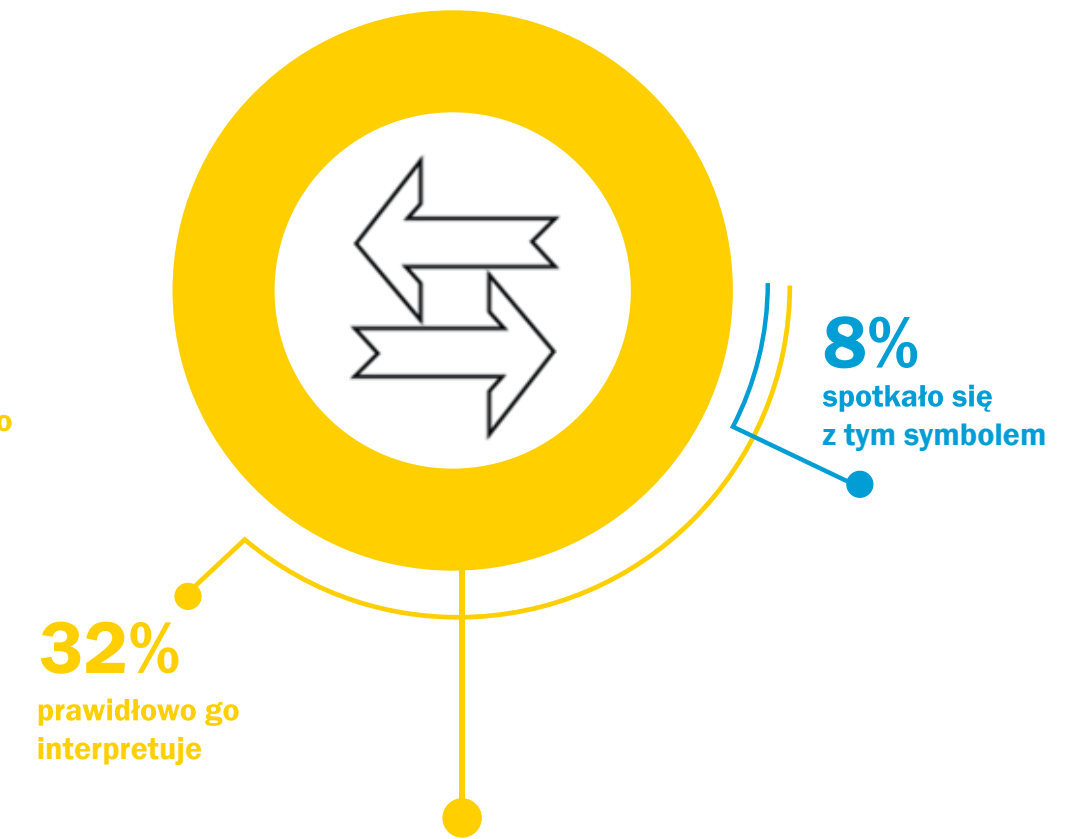
Przydatność opakowania do recyklingu:
Symbol potwierdzający, że opakowanie można ponownie przetworzyć.

Ten znak potwierdza spełnienie polskiej normy PN-EN 13430:2007. Znaczeniowo jest zbliżony do międzynarodowego symbolu Wstęgi Möbiusa. Jego znaczenie nie jest jednak powszechnie znane. Co czwarty respondent (26%) interpretuje ten symbol jako oznaczenie opakowania, które nadaje się do ponownego wykorzystania lub opakowania zwrotnego.



Zielony punkt:
Symbol oznaczający, że za dane opakowanie produktu został wniesiony wkład finansowy na rzecz krajowej organizacji odzysku opakowań

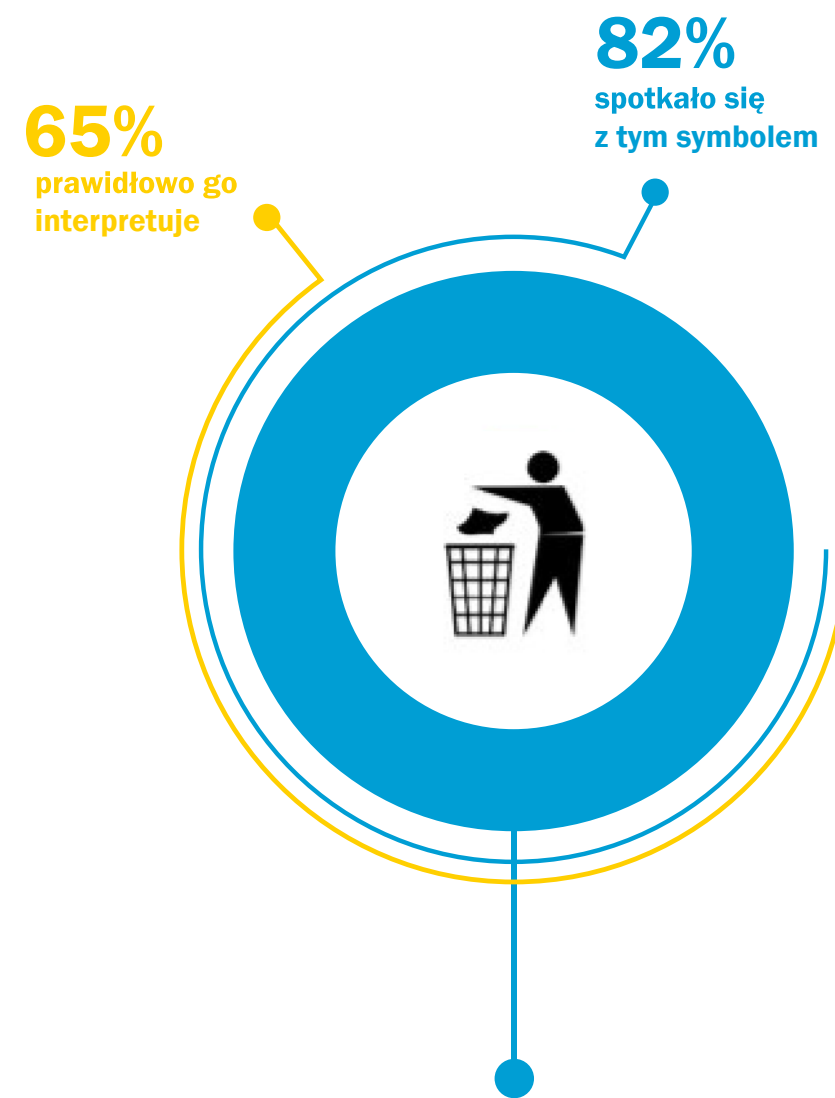
Jest kojarzony przez połowę respondentów, jednak jego prawidłowe znaczenie, wskazują nieliczni (9%). Najczęściej mylony jest z oznaczeniem potwierdzającym możliwość ponownego przetworzenia opakowania – recyklingu (tak wskazało 52% respondentów).



Możliwość wielokrotnego użycia opakowania:
Symbol uwzględniony w polskich przepisach umieszczany jest na opakowaniach nadających się do ponownego wykorzystania, w tym opakowaniach zwrotnych.

Znak opakowania zwrotnego jest znany jedynie co 12 osobie, jednak definicję do symbolu prawidłowo dopasowuje już co trzeci respondent. Symbol ten najczęściej mylony jest z oznaczeniem przydatności opakowania do recyklingu (47% wskazań).

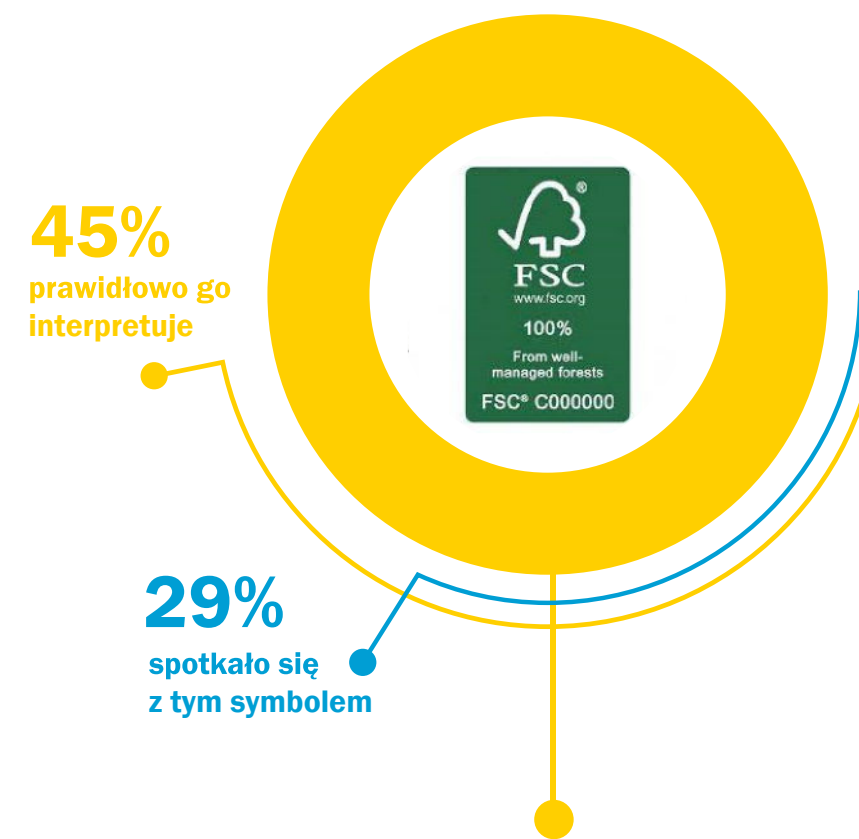
Znajomość znaczenia symboli



Proszę nie śmiecić (tzw. Tidyman):

**Międzynarodowy symbol
przypominający o konieczności
wyrzucenia opakowania do kosza.**

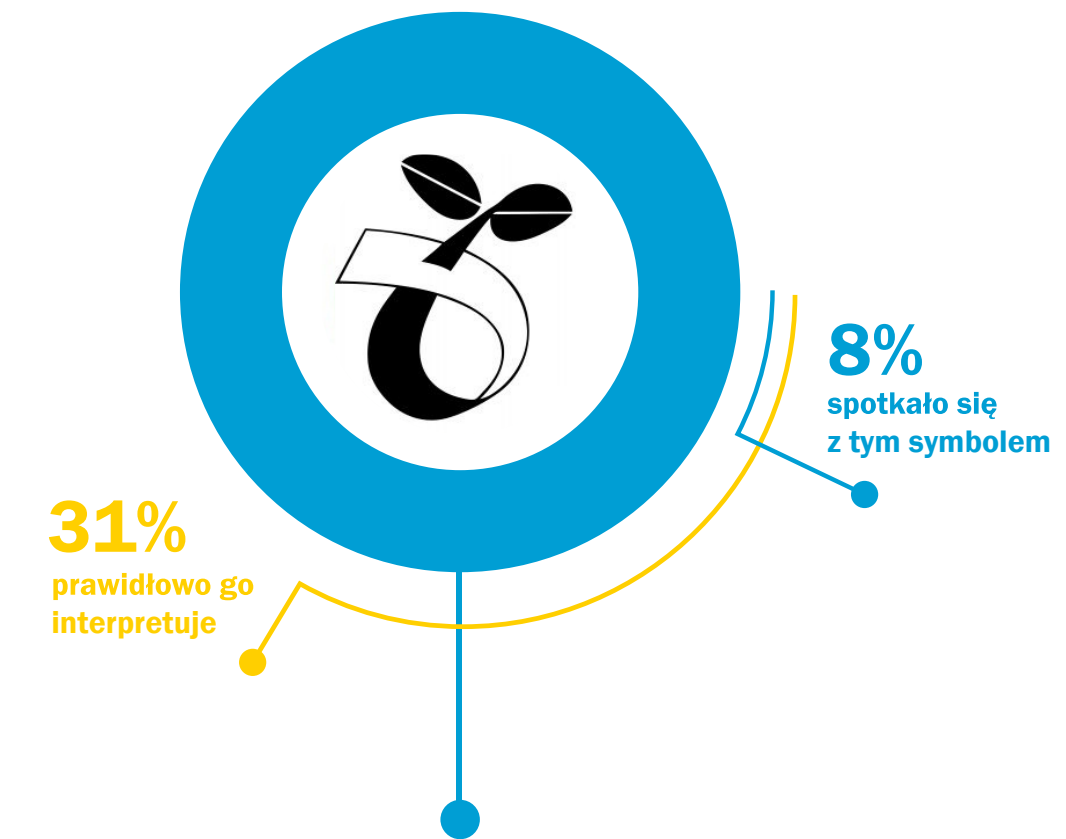
Jego umieszczenie na opakowaniu nie wiąże się z normami środowiskowymi, a jedynie ma przypominać o konieczności zachowania czystości i umieszczeniu opakowania w pojemniku na odpady.



**Opakowanie przygotowane z surowca
pochodzącego ze zrównoważonej
gospodarki leśnej, gdzie dba się
o równowagę i ochronę przyrody:**

**Międzynarodowy symbol umieszczany
najczęściej na opakowaniach
z kartonu, tektury lub papieru.**

Wyższy odsetek prawidłowych interpretacji może wynikać z definicji zawartej w jego projekcie graficznym.



Opakowanie kompostowalne:

**Czyli takie, które rozkłada się
podczas kompostowania i nie uwalnia
szkodliwych substancji. Jego pojawienie się na
opakowaniu powinno być uzupełnione numerem,
oznaczającym normę, jaką spełnia.**

Symbol najczęściej mylony jest z oznaczeniem opakowań przygotowanych z surowca pochodzącego ze zrównoważonej gospodarki leśnej (22%). W przypadku tego znaku wyraźnie więcej było prawidłowych wskazań wśród ogółu badanych (31%) niż w grupie deklarujących znajomość symbolu (25%).

Monika Grom

Wiceprezes Grupy
Interzero w Polsce

Komentarz eksperta



Znaleźliśmy się w kuriozalnej sytuacji, w której oznaczenia na opakowaniach nie pełnią swojej funkcji informacyjnej. Wyniki naszych badań jasno to potwierdzają. Najbardziej jaskrawym przykładem jest znak przydatności opakowania do recyklingu zgodny z rozporządzeniem Ministra Środowiska w sprawie wzorów oznakowania opakowań, który kojarzony jest jedynie przez 11% respondentów. Oznaczenie opakowań wielokrotnego użytku prawidłowo interpretuje mniej niż co trzeci konsument. Liczba oznaczeń, ich różnorodność, dobrowolność stosowania prowadzą do chaosu. Łyżkę dziegciu dokłada również fakt, że nowe przepisy wprowadzać będą kolejne symbole.

Nic więc dziwnego, że 60% badanych opowiada się za ujednoczeniem oznaczeń. Kupujący oczekują i powinni otrzymać klarowną informację, która pomoże im w wyborze opakowania, a następnie we właściwym sortowaniu. Ze względu na wciąż niską rozpoznawalność oznaczeń, dobrym sposobem może być opisanie znaku tak, jak w przypadku certyfikatów FSC. Samo wywieszenie informacji w sklepie, jak jest to proponowane w nowej ustawie o systemie kaucyjnym, nie będzie wystarczające, aby łatwiej było odnaleźć się w mnogości symboli.

Pani segreguje, pan segreguje... a pan nie!

Co deklarują Polacy?

Nawet ci badani, którzy deklarują sortowanie odpadów na 5 frakcji, mają problem z prawidłowym kwalifikowaniem odpadów.

- ➔ Czy wiemy, gdzie wyrzucać poszczególne odpady?
- ➔ Na ile frakcji sortujemy?
- ➔ Czy dobrze przypisujemy frakcje do odpadu?
- ➔ Jak przygotowujemy odpady przed wyrzuceniem?

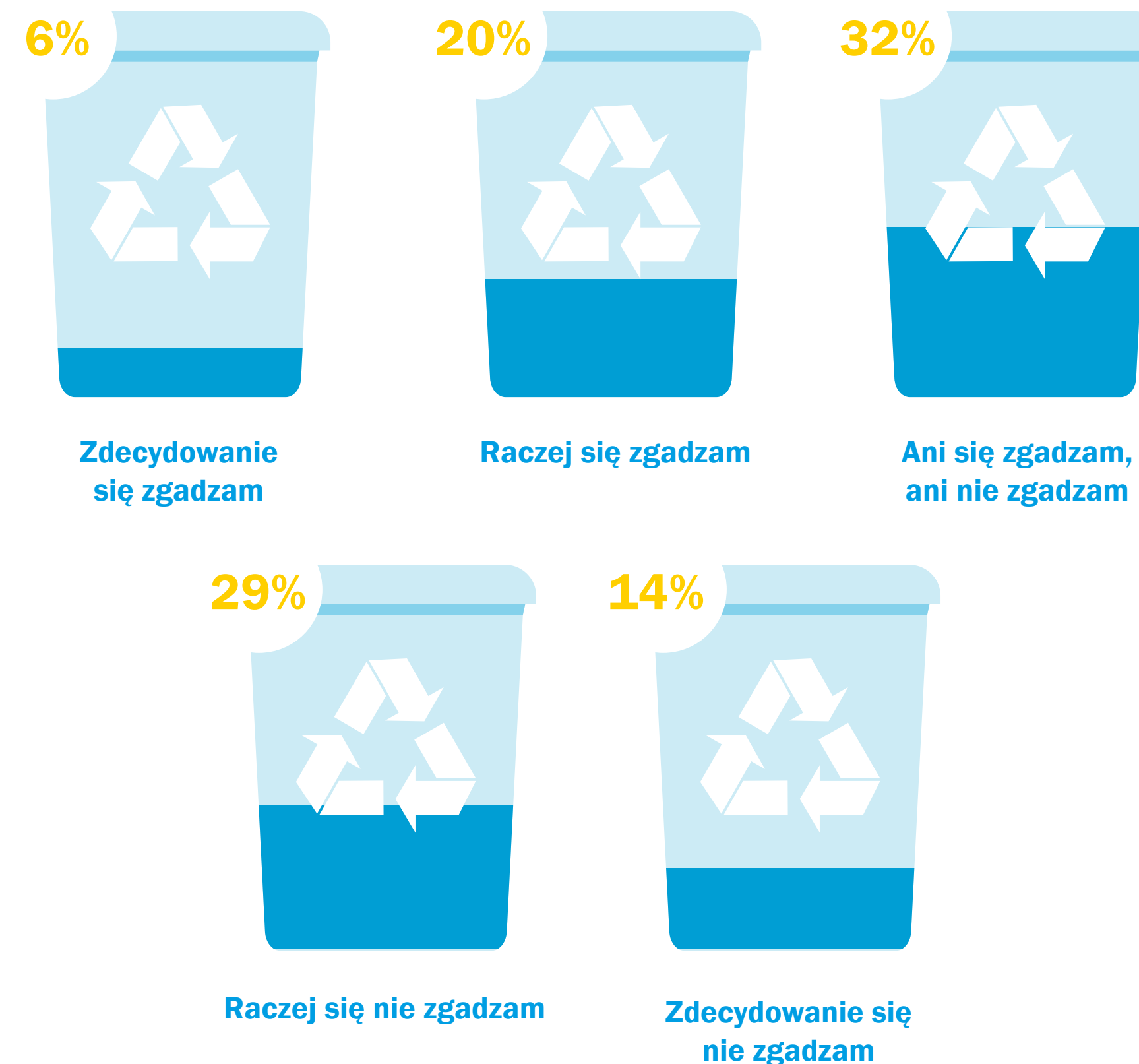


Czy wiemy, do którego pojemnika wyrzucać poszczególne odpady?

Badani zostali poproszeni o wskazanie, na ile zgadzają się lub nie ze stwierdzeniem „**Często nie wiem do jakiego pojemnika wyrzucić odpady**”. Odpowiedzi pokazują, że 43% Polaków deklaruje, że potrafi odpowiednio sortować odpady. Tylko 26% ma z tym problem. Dość liczna grupa (32%) nie potrafi odnieść się do tego stwierdzenia, a łącznie z deklarującymi brak tej umiejętności stanowią większość, którą warto edukować o odpowiednim sortowaniu odpadów.

Te wyniki wskazują na stosunkowo wysokie przekonanie o swojej wiedzy na temat prawidłowego sortowania odpadów wśród konsumentów, wzmocnione nieprawidłowymi przekonaniem i błędnymi nawykami. Niemniej powyższe odpowiedzi to deklaracje. W dalszej części badania pokazane zostało, jak przekładają się one na rzeczywistą wiedzę o właściwym sortowaniu odpadów, zgodnym z obowiązującymi przepisami.

Często nie wiem do jakiego pojemnika wyrzucić odpady.



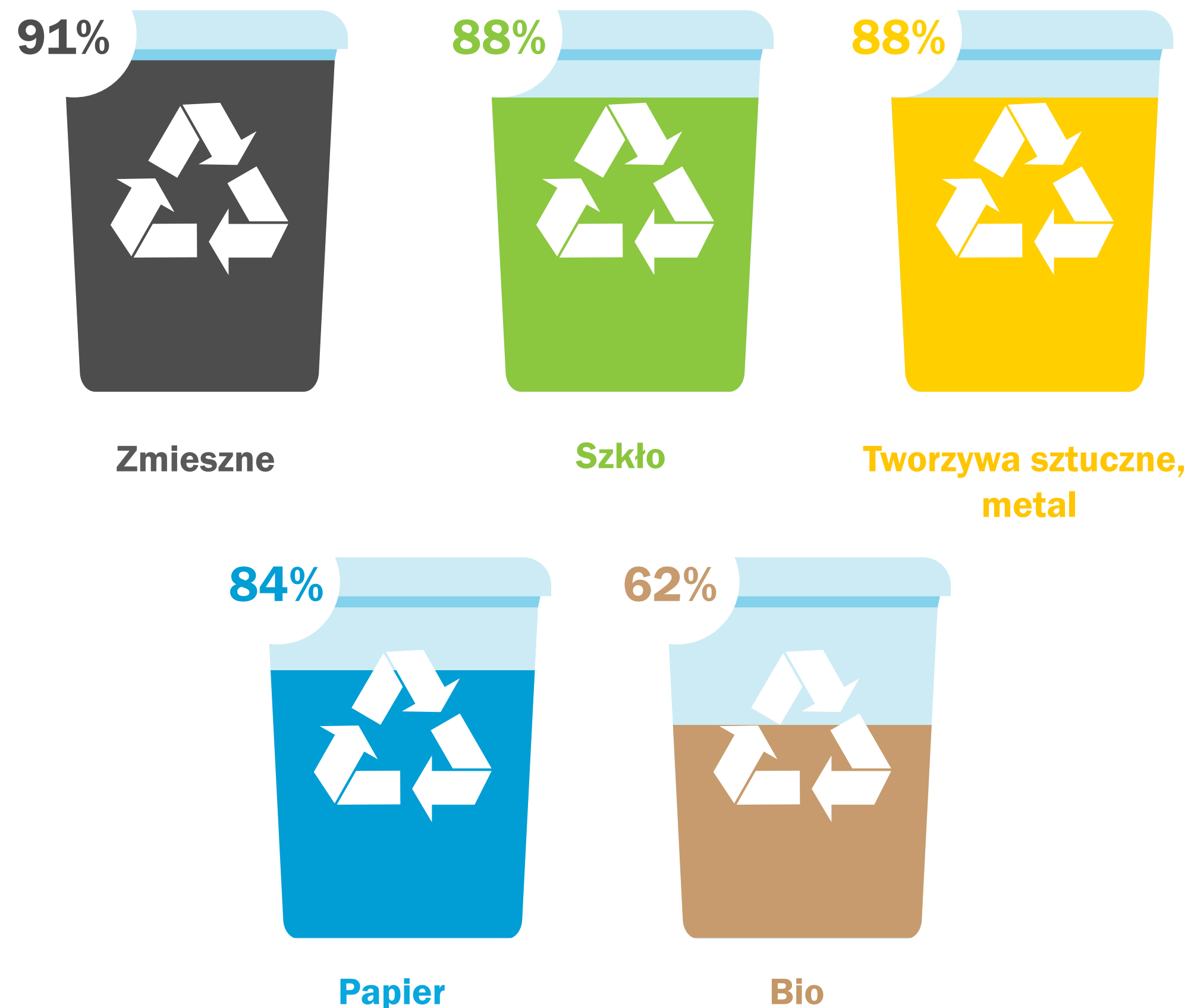
Na ile frakcji sortujemy odpady?

Sortowanie na wszystkie 5 frakcji wciąż jest wyzwaniem. Zaledwie połowa ankietowanych (51%) deklaruje, że w swoim gospodarstwie domowym sortuje odpady na wszystkie frakcje.

9% ankietowanych nie wie, że standardowy kosz na śmieci to odpady zmieszane.

Najtrudniejszą, najrzadziej deklarowaną frakcją są bioodpady – zaledwie 62% badanych deklaruje ich segregację.

Liczba frakcji, na które sortują badani, nie jest zależna od rodzaju zabudowy. Podobne procentowo odpowiedzi padały od mieszkańców domów wolnostojących lub bliźniaków (w których organizacja odpadów jest w gestii właściciela domu) oraz mieszkańców zabudowy wielorodzinnej (gdzie za miejsce na odpady odpowiadają spółdzielnie, wspólnoty itd.). Obecność dzieci lub zwierząt domowych w gospodarstwie także nie wpływa na liczbę wykorzystywanych frakcji odpadów.



Co z tym **bio**?

Najmniej, bo tylko 62% badanych deklaruje sortowanie odpadów biodegradowalnych.

Zauważalne są pewne prawidłowości:

01

Sortowanie odpadów do frakcji bio deklaruje najwięcej osób w wieku 45-54 (68%), wśród osób w wieku 18-24 lata tę frakcję sortuje nieznacznie ponad połowa (53%).

02

Frakcję bio w swoich gospodarstwach najczęściej posiadają osoby z wyższym wykształceniem (68%).

03

W największych miastach, tych powyżej 500 tys. mieszkańców, segregowanie bio deklaruje 71% badanych (najwięcej), a na wsiach 57%.

04

Najrzadziej segregującą bioodpady grupą zawodową są rolnicy (39%).

05

Nie ma znaczącej różnicy w zakresie sortowania tej frakcji pomiędzy osobami zamieszkującymi domy wielorodzinne (63%), a jednorodzinne (62%).

Paweł Lesiak

Wiceprezes Grupy
Interzero w Polsce

Komentarz eksperta



Z badań wyłania się obraz ograniczonej świadomości społecznej o poprawnej, selektywnej segregacji odpadów. Tylko 51% respondentów deklaruje sortowanie na wszystkie pięć frakcji. Najmniej, bo zaledwie 62% segreguje bioodpady. Problem wciąż stanowi sortowanie konkretnych opakowań. Wydawałoby się, że chyba najczęściej powtarzany przykład paragonu fiskalnego nie powinien sprawić nikomu problemu. Tymczasem zaledwie 29% badanych odpowiedziało prawidłowo, a wciąż większość respondentów kwalifikuje go jako papier.

Z drugiej strony widzimy, że w przypadku prostych pytań np. o szklaną butelkę nie mamy żadnego problemu z wyborem właściwego pojemnika. Zrozumiałym jest, że wciąż uczymy się segregacji, jednak, żeby ta nauka przyniosła efekty, musimy dalej rozwijać projekty z zakresu edukacji ekologicznej.

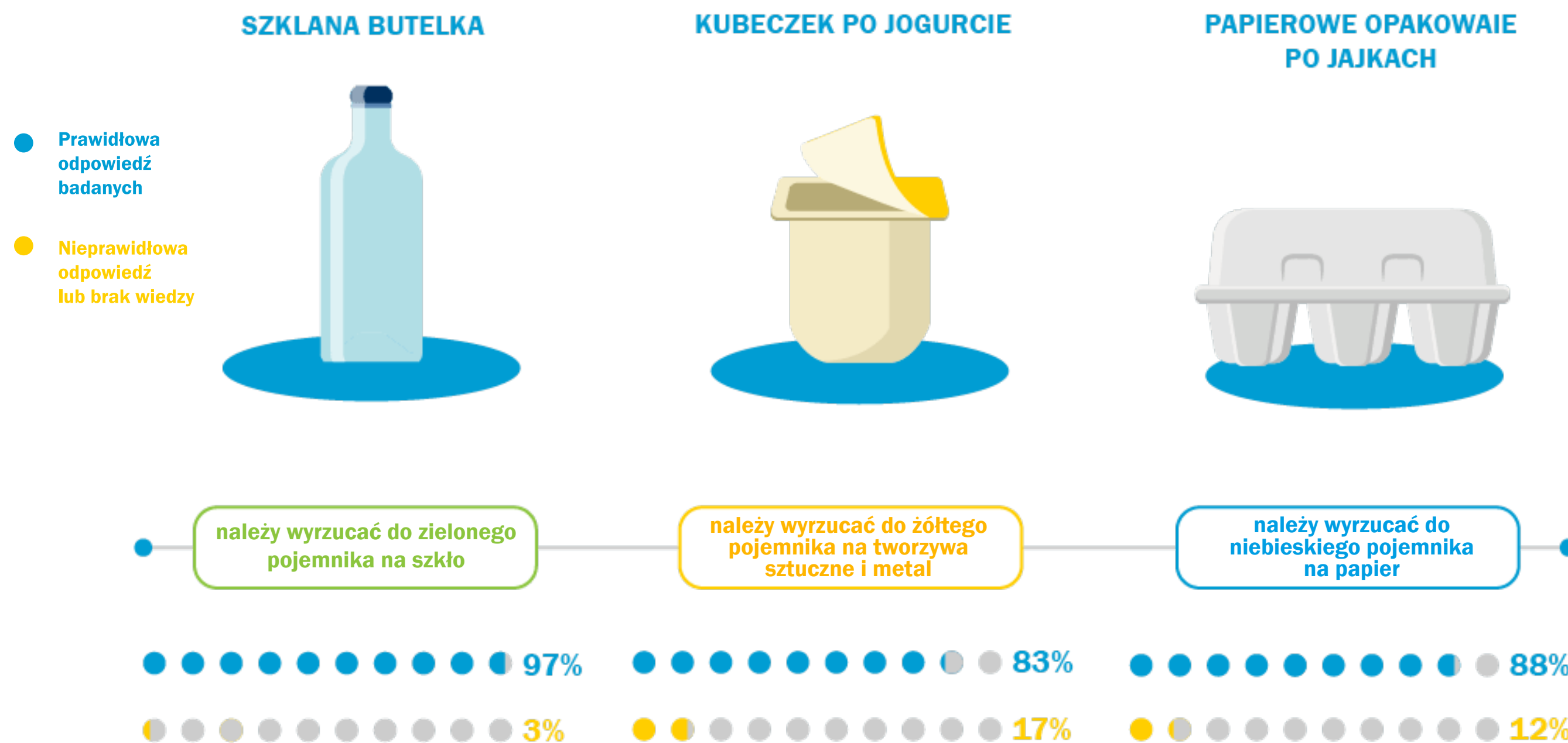
Przypisanie frakcji do odpadu.

Czy robimy to dobrze?

Polacy mają podstawową wiedzę na temat sortowania odpadów. Szklaną butelkę, kubeczek po jogurcie czy papierową wytłoczkę po jajkach prawidłowo wyrzucą odpowiednio do zielonego (97%), żółtego (83%) i niebieskiego (88%) kosza. Wiele wątpliwości budzi nadal karton po napoju czy mleku. Jest to opakowanie wielomateriałowe, które składa się najczęściej z warstw papieru, aluminium i folii. Jest ono podatne do recyklingu i powinniśmy wyrzucać je do żółtego pojemnika na tworzywa sztuczne i metal. Prawidłowo sortuje je jednak niewiele ponad połowa Polaków (57%). Co czwarty z nas (25%) wyrzuca taki karton do papieru (w grupie wiekowej 18-24 robi tak aż 50% badanych!), a co piąty (21%) do czarnego pojemnika na odpady zmieszane. Niestety, zmniejsza to radykalnie możliwość odzyskania surowców z takich odpadów.

Niektóre odpady z papieru również sprawiają kłopot badanym. Brudny, zużyty ręcznik papierowy powinien trafić do czarnego pojemnika na odpady zmieszane, tymczasem niemal połowa (47%) wyrzuca go do odpadów papierowych, co może zanieczyścić frakcję. 4% respondentów klasyfikuje taki ręcznik do odpadów biodegradowalnych. Nasączony różnymi substancjami chemicznymi papier światłoczuły, jakim jest standardowo paragon, również powinien trafić do czarnego pojemnika. Jedynie 29% badanych wskazało prawidłową odpowiedź.

Najwięcej prawidłowych odpowiedzi udzieliły kobiety. Lepszą wiedzę w zakresie sortowania mają osoby powyżej 45 roku życia, a najwięcej błędnych odpowiedzi padało ze strony najmłodszych badanych (18-24 lata).



Przypisanie frakcji do odpadu.

Czy robimy to dobrze?

● Prawidłowa odpowiedź badanych

● Nieprawidłowa odpowiedź lub brak wiedzy

PĘKNIĘTA SZKLANKA



należy wyrzucać do czarnego pojemnika na odpady zmieszane



Najwięcej prawidłowych odpowiedzi (29%) padło ze strony osób 55+, 90% osób w wieku 18-24 błędnie wskazywało zielony pojemnik na odpady szklane

ZATŁUSZCZONY KARTON PO PIZZY



należy wyrzucać do czarnego pojemnika na odpady zmieszane



43% osób w wieku 18-24 twierdzi, że taki odpad należy wyrzucić do niebieskiego pojemnika na papier.

KARTON PO MLEKU



należy wyrzucać do żółtego pojemnika na tworzywa sztuczne i metale



Osoby sortujące na 5 frakcji nieco częściej wskazywały prawidłową odpowiedź – 56%.

ZUŻYTY RĘCZNIK PAPIEROWY



należy wyrzucać do czarnego pojemnika na odpady zmieszane

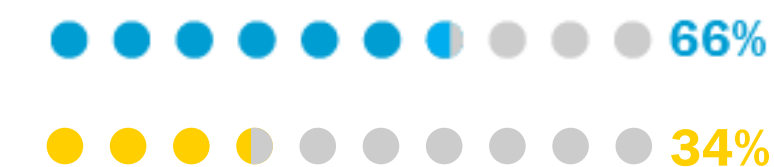


Świadomość osób sortujących (5 frakcji) jest nieco wyższa – 56% prawidłowych wskazań.

ALUMINIOWE TACKI PO GRILLOWANIU



należy wyrzucać do żółtego pojemnika na tworzywa sztuczne i metale



Ten odpad częściej prawidłowo segregują mężczyźni (70%) niż kobiety 62%.

PARAGON Z KASY FISKALNEJ



należy wyrzucać do czarnego pojemnika na odpady zmieszane



80% osób w wieku 18-24 błędnie wskazywało niebieski pojemnik na papier. Wśród osób 55+ było najwięcej prawidłowych odpowiedzi (35%).

Zbigniew Skowronek

Dyrektor Działu Recyklingu,
Interzero

Komentarz eksperta



Dla zakładów recyklingu najważniejsza jest jakość, rozumiana jako jednorodność materiałowa pozyskanego surowca, i dostęp do niego. W tym względzie przepisy unijne i owszem, promują rozwiązania monomateriałowe, pojawiają się nowe regulacje, które z czasem wzmocnią fundamenty systemu, wspierającego rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym. Jednak, jednocześnie, potrzebujemy większej dostępności materiału, czyli bardziej skutecznego systemu zbiórki oraz infrastruktury, przygotowującej odpady do recyklingu. W mojej ocenie jest to w tej chwili najsłabsze ogniwo.

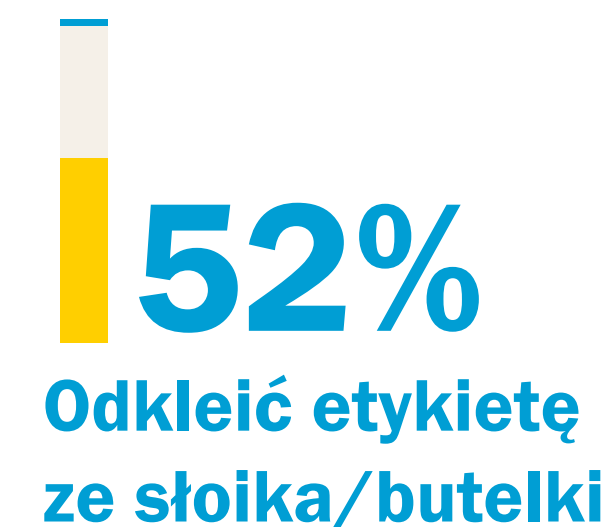
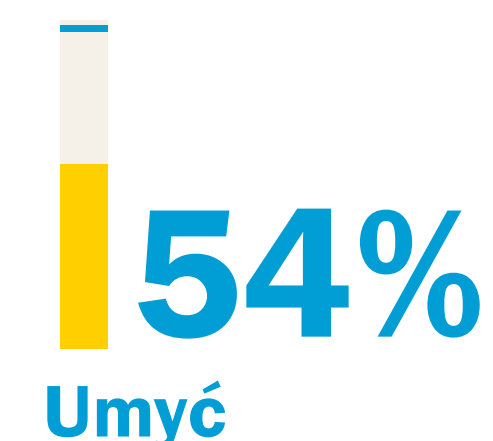
Jak przygotowujemy odpady przed wyrzuceniem?

Odsetek wskazań, co należy zrobić przed wyrzuceniem odpadu do pojemników:

Ponad połowa badanych (54%) uważa za konieczne umycie opakowań przed wyrzuceniem do pojemników, mimo, że nie ma takiej potrzeby.

Powszechna jest natomiast wiedza o opróżnieniu opakowania z zawartości czy zgniecenia butelki / puszki (odpowiednio 96% i 95%).

88% badanych odkręca nakrętki i wyrzuca je osobno. Niestety istnieje ryzyko, że tak drobne elementy wpadną do frakcji podsitowej i wypadną z procesu recyklingu.



Edyta Mantorska

Kierowniczka Zespołu
Edukacji Ekologicznej,
Interzero

Komentarz eksperta



Postępowanie ze zużytymi opakowaniami to seria czynności, będąca wypadkową naszej edukacji i komunikatów docierających do nas z różnych źródeł. Przykładowo mycie opakowań jest częstą praktyką np. w Stanach Zjednoczonych, a w Polsce było zalecane przez niektóre gminne systemy zbiórki jeszcze przed wprowadzeniem Jednolitego Systemu Segregacji Odpadów. Obecnie mycie opakowań jest nie tyle niezalecane, ile wydaje się niepotrzebną praktyką, narażającą konsumentów na koszty i marnującą zasoby wody.

Jest też czynnością, która dodatkowo komplikuje sortowanie odpadów i może do niego zniechęcać. Czy w głowach Polaków pojawia się rozważanie – brudne opakowanie do zmieszanych, a czyste do recyklingu? Najważniejsze jest to, aby wyrzucać opakowania opróżnione. Wyniki badań pokazują, że aż 96% respondentów ma tego świadomość, podobnie wielu wie, że opakowania należy zgniatać przed wyrzuceniem. Warto jednak nadal edukować, gdyż zarówno mycie, jak i odklejanie etykiet od opakowań, mimo że jest zbędne, praktykuje ponad połowa respondentów.

Kolejną kwestią wartą podkreślenia jest utożsamianie produktów ekologicznych, w tym również ekologicznych opakowań, z wyższą ceną. Musimy działać dwutorowo – po pierwsze tworzyć system, w którym opakowania wielokrotnego użytku czy możliwe do przetworzenia będą przez rynek doceniane, a ich koszt nie będzie obciążał kieszeni konsumenta. Drugim działaniem jest promowanie ekologicznych zachowań przez pryzmat oszczędności. Eko nie musi być drogie.

Czy chcesz **wiedzieć więcej?**

Źródła wiedzy na temat opakowań i oznaczeń na nich umieszczanych. Które z nich preferują Polacy?

82% ankietowanych chce rozszerzać swoją wiedzę na temat opakowań i oznaczeń na nich umieszczanych. Jako najpopularniejsze źródło informacji wskazują portale internetowe. Taką opcję wskazało 37% badanych.

Aż 59% Polaków skorzystałoby z możliwości sprawdzenia, które opakowania są ekologiczne, gdyby mieli dostęp do jednego, kompleksowego źródła informacji.

- **Ogrom informacji prezentowany jest w ramach kampanii Eko bez kantów.**

Obserwuj nas na:

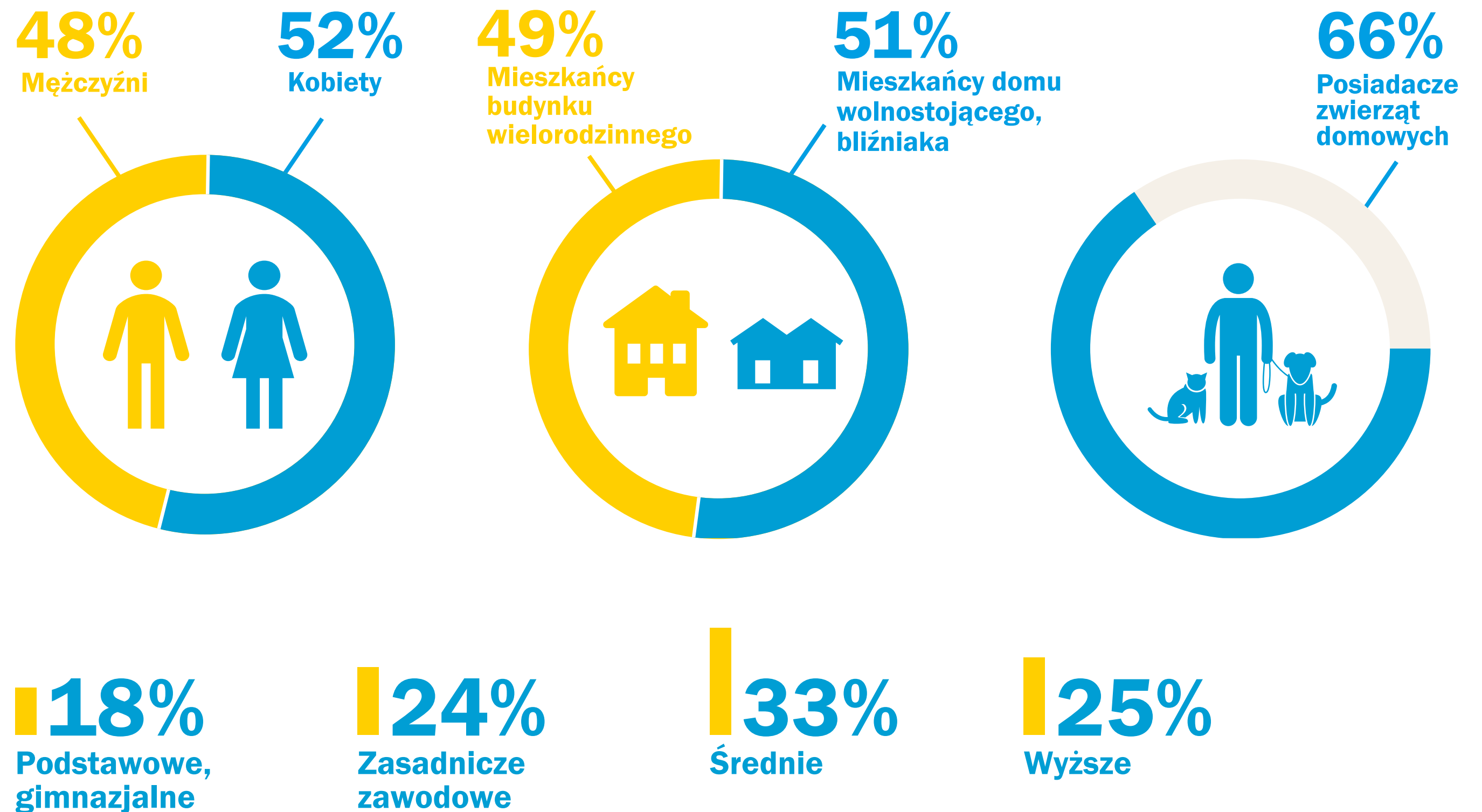


Metodologia

Badanie zostało zrealizowane na **ogólnopolskiej reprezentatywnej** próbie dorosłych Polaków. W ramach projektu zebrano opinie **N=1000 osób**. Wywiady zostały przeprowadzone przy użyciu techniki CAWI (Computer Assisted Web Interview) przez Opinia24.

Badanie zostało zrealizowane w dniach od 20 marca 2023 do 24 marca 2023.

Struktura próby



0 Interzero

Interzero jest europejskim liderem w dziedzinie rozwiązań środowiskowych i gospodarki obiegu zamkniętego. Działa w duchu rozwiązań gospodarki cyrkularnej. Zamyka obieg surowców, przeciwdziała marnotrawstwu w zakresie gospodarki odpadami, świadczy usługi recyklingu, doradztwa środowiskowego i edukacji ekologicznej. Wprowadza u klientów innowacyjne rozwiązania, które zwiększają efektywność wykorzystywania surowców i minimalizują niekorzystny wpływ na środowisko: od optymalizacji procesów odzysku i recyklingu, poprzez audyty i szkolenia, po maszyny kompostujące i zdalnie zarządzane kosze na odpady, ułatwiając wdrożenie zmian w kierunku nowoczesnej gospodarki o obiegu zamkniętym.

Działania Interzero w zakresie odzysku recyklingu w 2021 r. pozwoliły zaoszczędzić ponad 12,5 mln ton surowców i 1 milion ton gazów cieplarnianych w porównaniu z produkcją pierwotną (wg Fraunhofer UMSICHT).

Więcej informacji:

