

TISKOVÁ ZPRÁVA
9. května 2024

9 z 10 Čechů se snaží žít udržitelně a klesá počet těch, kteří vnímají plast jako nejškodlivější materiál. Lidé jsou otevřeni novým informacím a vzdělávání o plastech.

Z aktuálního průzkumu* společnosti Perfect Crowd, který mapuje postoj společnosti k plastům, vyplývá, že Češi vnímají zálohování PET lahví jako společensky prospěšné a mají chuť se o plastech a jejich efektivní recyklaci dozvědět více. Negativní mýty v oblasti plastů ale u Čechů stále přetrvávají, byť v menší míře, než tomu bylo před třemi lety.

Vratné PET lahve již klepou na dveře a Češi se pomalu připravují na jejich povinné zálohování, jež by mohlo začít fungovat systémově v polovině příštího roku. Novelu příslušného zákona připravuje ministerstvo životního prostředí, a jak ukazuje nejnovější průzkum, ačkoliv postoj k tomuto kroku vnímají Češi převážně pozitivně, **stále v naší společnosti o plastech dominují negativní mýty**. Za velmi kladné lze ale považovat to, že **většina respondentů se chce dozvědět o výrobě, zpracování, dopadech či recyklaci plastů více informací**, přičemž o něco vyšší zájem je u mladší věkové kategorie 15-24 let. Z průzkumu také vyplývá, že **nejčastějším zdrojem informací týkající se plastů je pro respondenty jednoznačně internet**. Ten je přirozeně více užívaný mezi mladými, kteří častěji čerpají informace také z obalů produktů či ze školy a zaměstnání. Starší lidé již informace hledají v menším měřítku.

Problematika plastového obalu není jen o materiálu, ale také o tom, jak se s ním nakládá

- **9 z 10 Čechů se snaží žít udržitelně, ekologické organizace a projekty jich ale podporuje minimum**

Lidé přisuzují **odpovědnost za znečištění prostředí častěji firmám** a jejich rozhodnutím o produktech uváděných na trh (38 %) než samotným spotřebitelům, kteří produkty kupují (18 %). Podstatná část se však shoduje, že odpovědnost nesou obě skupiny stejně (42 %). V případě regulace plastů je situace podobná, a i zde jsou v očích lidí důležitějšími aktéry firmy a stát, který může trh a společnost regulovat skrze zákony.

Ve společnosti převládá názor, že veřejný sektor by měl finančně podporovat firmy a jedince, kteří vyvíjejí produkty a služby šetrnější k životnímu prostředí (64 %).

Ačkoliv lidé častěji přisuzují odpovědnost firmám nebo státu než sami sobě, **9 z 10 alespoň občas dělá něco pro to, aby snížili dopad odpadu z plastů na životní prostředí. Nejčastěji se jedná o třídění plastového odpadu a recyklaci (74 %)**. Téměř polovina respondentů dále využívá papírové tašky nebo sáčky namísto plastových (49 %), nosí znovupoužitelnou láhev a minimalizují používání jednorázových plastových výrobků (shodně 46 %). Naopak mezi

nejméně časté aktivity patří finanční příspěvky ekologické organizaci nebo aktivní angažovanost v nějakém pro-environmentálním spolku (shodně 4 %).

82 % dotazovaných souhlasí s tím, že by rodiče měli vést své děti k třídění odpadu. 66 % souhlasí s tím, že třídění a recyklace jsou kolektivním problémem a absence těchto činností na individuální úrovni ukazuje snížený respekt k planetě. **67 % by uvítalo více informací o zpracování odpadu a jeho využití po recyklaci.**

Většina lidí (72 %) souhlasí s tím, že se v dnešní době vyrábí až moc výrobků z plastů, přičemž 65 % si myslí, že se vždy dá použít ekologičtější alternativa. A to stále i přes to, že veřejně dostupné výsledky LCA analýz hodnotící dopad produktů na životní prostředí během celého životního cyklu, potvrzují nižší ekologickou zátěž způsobenou plastovými obaly oproti skleněným alternativám.

6 z 10 pak souhlasí s tím, že plast sám o sobě není problém, ale potíží je především v tom, jak s ním lidé a společnost nakládají.

Nedostatek informací a slabé environmentální vzdělávání vede k důvěře v mýty o plastech

- **Přestože v české společnosti o plastech panuje řada mýtů, stále více lidí jim přestává věřit**

Všechna negativní tvrzení o plastech jsou většinou částí populace považována za pravdivá. **Například 9 z 10 lidí věří tomu, že většina obalového odpadu je z plastů, přestože jeho podíl tvoří 19 %, ve srovnání s papírem a kartonem, které se na celkovém odpadu podílí 40 %. Řada respondentů si také mylně myslí, že oceány jsou zamořeny obaly pocházejícími z Evropy.** I když dle dostupných a ověřených zdrojů je již známo, že plast, který se likviduje v zemích s fungujícím systémem nakládání s odpady, se do oceánu nedostane a 80 % odpadu ve světových oceánech pochází z pevniny, především z rozvojových zemí.

Pro 8 z 10 lidí jsou plasty i nadále tím nejškodlivějším materiálem z klasických tříditelných odpadů. Oproti stejnému průzkumu v roce 2021 přesto došlo k 7% snížení počtu lidí, kteří tento názor sdílí.

Za druhý nejškodlivější materiál je považován kov, kdy jde o jediný materiál, který vnímají škodlivěji ženy než muži. Za nejekologičtější materiál ze všech jmenovaných je ve společnosti považován papír.

Dopad produktu na životní prostředí během jeho celého životního cyklu měří tzv. [LCA analýza](#), která potvrzuje, že zejména díky nižším energetickým výdajům při výrobě je plastová lahev např. 3x šetrnější k přírodě než lahev vyrobená ze skla.

- **Nedostatečný vliv environmentálního vzdělávání**

Data z uvedeného průzkumu překvapivě poukazují na skutečnost, že mladší i starší generace se v pohledu na plasty obecně moc neliší. Což ukazuje na nedostatečný vliv environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty (EVVO). **3 z 10 respondentů nikdy ve škole nepřišli do styku se vzdělávacím projektem nebo akcí, která by měla zvýšit povědomí o recyklaci a třídění odpadu.** Nejmladší generace je v tomto ohledu vzdělávána institucemi výrazně

více než v minulosti, přesto mladí lidé ve věku 15-24 let vnímají výrazně častěji odpad z plastů jako reálnou hrozbu pro životní prostředí.

Pozitivním zjištěním je, že **tři čtvrtiny všech dotázaných by se chtěly dozvědět více o výrobě, zpracování, dopadech či recyklaci plastů.** Konkrétně by je nejčastěji zajímaly informace zejména o recyklaci plastů, vlivu plastů na zdraví člověka a likvidaci plastového odpadu. To podporuje ideu větší edukace společnosti ať už články v médiích, či videi. K tomuto účelu vznikla také metodická příručka [Ekoabeceda](#), kterou pro učitele a pedagogy na základních a středních školách připravil školní recyklační program Recyklohraní a vzdělávací iniciativa Replastuj. Ucelené informace a inspiraci zde ale najde každý, kdo chce o udržitelném rozvoji a ochraně životního prostředí získat kompletní informace. Výrazněji patrné generační rozdíly jsou naopak **v případě znalosti pojmu „greenwashing“**, kdy **52 % dotazovaných ve věku 25 a 55 let neví, co tento pojem přesně znamená.**

Většina zaregistrovala zákaz prodeje jednorázových plastů, který kvitují. Stejně tak zálohování.

- **Zákaz prodeje jednorázových plastů je ve společnosti přijímán pozitivně**

56 % respondentů v průzkumu uvedlo, že je zákaz prodeje jednorázových plastů nijak neomezil a nadpoloviční většina zastává pozitivní názor toto opatření, přičemž v mladší generaci (15-24 let) je častější. 6 z 10 respondentů navíc deklaruje, že je dobře informováno o zákonu o zákazu prodeje vybraných jednorázových plastů. V mladší generaci (15-24 let) si na tento fakt muselo více lidí chvíli zvykat a přibližně každý osmý respondent uvedl, že si na zákaz stále nezvykl, protože mu alternativy nevyhovují.

- **Zavedení zálohového systému na PET lahve Češi přijímají pozitivně, komunikace by ale mohla být lepší**

84 % lidí má nějaké povědomí o chystaném zálohovém systému, třebaže pouze 38 % o něm ví dobře. Postoj k jeho zavedení se tedy z celkového průzkumu jeví pozitivně. **Navíc 76 % lidí zavedení podporuje a stejný počet jej považuje za prospěšný. 73 % pak souhlasí s tím, že by takový zálohový systém byl ekologický.**

Jako **hlavní pozitivum zavedení zálohového systému na PET lahve** označují Češi to, **že na ulicích a v přírodě ubude odpadků (66 %)** a že **více lidí bude díky tomu třídit plastový odpad (62 %).** Pouze 6 % respondentů se domnívá, že zavedení zálohového systému na PET lahve nemá žádná pozitiva.

Většina lidí není schopna sama formulovat nějaká negativa zálohového systému, a pokud už nějaká negativa formulují, jedná se především o obavu ze zdražení produktu. Z nabízeného seznamu pak nejčastěji označují nutnost doma skladovat plastové lahve a že některé menší obchody nemusí lahve zpět vykupovat. **8 z 10**

lidí považuje zálohový systém za srozumitelný a myslí si, že chápe, jak bude fungovat.

Ostatní by uvítali především informace o tom, v jakém stavu musí lahve být, aby jim byla vrácena záloha, kteří prodejci a obchody budou mít povinnost lahve zpět vykupovat a také jakých plastových lahví se bude zálohový systém týkat.

Nadpoloviční většina se vyjadřuje tak, že by zálohový systém nijak negativně neovlivnil jejich ochotu nakupovat nápoje v plastových lahvích.

Čtvrtina deklaruje, že by tento krok výrazně omezil jejich nákup či by dokonce plastové lahve přestali kupovat úplně. Zavedení zálohového systému tak především v počátcích může být trochu omezující, avšak pro většinu nikterak zásadní. Průzkum potvrdil, že v samotné komunikaci zálohového systému je ještě prostor pro zlepšení, hlavně co se týče jejího dosahu. Komunikace je pro většinu považována za srozumitelnou a v tomto ohledu funkční, ale pouze každý třetí člověk si je jistý tím, že ji zaznamenal.

Transparentní komunikace jako podmínka důvěry společnosti ve výroky firem o udržitelnosti.

- **Mattoni, Lidl, Ikea – značky, jež udržitelnost zajímá**

Součástí průzkumu bylo i zjištění, jak lidé vnímají komunikaci firem o udržitelnosti jejich produktů, výroby a dalších aktivit. Drtivá většina dotazovaných si jen tak z hlavy nevybavuje žádnou značku, která by komunikovala ekologický či udržitelný přístup ke svému podnikání. Pokud už nějakou značku zmínili, nejčastěji uvádí Mattoni. Mezi další pak patří Lidl, Ikea či DM drogerie a Kaufland. **Pro většinu (73 %) respondentů je důležité, aby společnosti byly ve své komunikaci ohledně udržitelnosti k zákazníkům a veřejnosti transparentní.**

*Celá verze výzkumu je k dispozici [zde](#).

Výzkum byl realizován na vzorku 30 000 respondentů ve věku 15–55 let.

Kontakt pro více informací:

Lucie Pavlásková, Impact_ (e-mail: lucie.pavlaskova@impact.cz, tel.: 775 755 066)