

Michał Mikołajczyk: Wspierają firmy w recyklingu, przekonują
mieszkańców do segregacji odpadów

**Z Michałem Mikołajczykiem prokurentem i
dyrektorem ds. sprzedaży i marketingu w Rekopolu
Organizacji Odzysku Opakowań S.A., rozmawia
Ryszard Żabiński**



Michał Mikołajczyk prokurent i dyrektor ds. sprzedaży i marketingu w Rekopolu fot. mat.
prasowe

**Od kiedy REKOPOL Organizacja Odzysku Opakowań S.A.
działa na polskim rynku i jaką zajmuje na nim pozycję?**

Kto jest jej założycielem? Jakie były najważniejsze etapy rozwoju REKOPOL-u?

Rekopol istnieje na polskim rynku od 2001 roku i jest jedyną w Polsce organizacją tego typu założoną przez przedsiębiorców wprowadzających na polski rynek produkty w opakowaniach. Rekopol realizuje obowiązki recyklingu odpadów opakowaniowych ciążące na przedsiębiorcach oraz obowiązki prowadzenia publicznych kampanii edukacyjnych. Prowadzimy kampanie społeczne i edukacyjne w zakresie segregowania odpadów opakowaniowych oraz świadomych zakupów. Akcjonariuszami spółki jest 25 członków polskich i międzynarodowych przedsiębiorstw (producenci, fillerzy, firmy zajmujące się gospodarką odpadami oraz sieci handlowe). Rekopol działa na zasadach non-profit – zysk inwestowany jest w rozbudowę systemu zbiórki selektywnej.

Ilu obecnie klientów realizuje z REKOPOL-em obowiązek recyklingu? Jakiego rodzaju to są firmy? Jakie korzyści odnoszą podejmując współpracę z Organizacją?

Mamy 2807 aktywnych umów na obowiązek. Są to firmy, które wprowadzają do obrotu produkty w opakowaniach czyli producenci, importerzy i dystrybutorzy produktów z różnych branż. Współpracując z organizacją odzysku opakowań nie muszą samodzielnie uzyskiwać poziomów recyklingu, prowadzić publicznych kampanii edukacyjnych i składać samodzielnie sprawozdań do Urzędu Marszałkowskiego. Współpracując z organizacją odzysku, przedsiębiorca zyskuje pewność i gwarancję rzetelnej realizacji swoich obowiązków. Samodzielna realizacja obowiązków wynikających z ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi jest nie tylko rozwiązaniem bardzo droгим (koszt opłaty produktowej jest nieporównywalnie wyższy niż opłata do organizacji odzysku opakowań), ale też pracochłonnym, gdyż wymaga samodzielnych skomplikowanych

Michał Mikołajczyk: Wspierają firmy w recyklingu, przekonują mieszkańców do segregacji odpadów

wyliczeń opłaty produktowej i opłaty za kampanie ekologiczne a także samodzielnej sprawozdawczości.

REKOPOL znany jest z działalności edukacyjnej. Ile do tej pory przeprowadzono akcji edukacyjnych i projektów z zakresu CSR? Do kogo były adresowane, jaka była ich tematyka?

Nie sposób policzyć, ile akcji edukacyjnych przeprowadziliśmy przez ostatnie 21 lat, jednak corocznie angażujemy w działania miliony osób. Obowiązek edukacji ekologicznej wynika z ustawowego obowiązku przedsiębiorców i my w Rekopolu realizujemy ten obowiązek za naszych klientów. Sami również od wielu lat uczymy społeczeństwo dlaczego segregacja odpadów jest tak ważna i wskazujemy, że nasze odpady, to tak naprawdę nie śmieci, a cenne surowce. Na co dzień współpracujemy z przedsiębiorcami, samorządami, organizacjami pozarządowymi, placówkami oświatowymi, osobami prywatnymi.

Nasze flagowe projekty to na przykład kampania Dzień Bez Śmiecenia, którą prowadzimy już od 16 lat. Co roku, 11 maja, zwracamy uwagę mieszkańcom Polski na inny aspekt segregacji odpadów. W 2022 roku podkreślamy, że „Jakość ma znaczenie”. Nie tylko to, co robimy z odpadem i gdzie go wyrzucamy, ale także w jaki sposób przygotowujemy odpad do segregacji ma znaczenie i bezpośrednio wpływa na możliwości jego recyklingu.
www.dzienbezsmiecenia.pl.

Działaj z impETem! jest z kolei projektem prowadzonym od roku 2018, początkowo skupiający się na tematyce segregowania butelek PET, obecnie dotyczący segregacji odpadów całościowo, ze szczególnym naciskiem na frakcje wyrzucane do żółtego pojemnika. W ramach projektu prowadzimy ogólnopolskie programy edukacyjne oraz konkursy przeznaczone dla placówek oświatowych – przedszkoli oraz szkół z całej Polski.

Michał Mikołajczyk: Wspierają firmy w recyklingu, przekonują mieszkańców do segregacji odpadów

Zachęcam do sprawdzenia na stronie www.dzialajzimpetem.pl. Taką naszą maskotką z kolei jest ŚMIECIARka Miecia – niezwykła żółta śmieciarka, która już 3 rok jeździ po Polsce ze swoim edukacyjnym przesłaniem. Miecia nie jest zwykłą śmieciarką – w jej wnętrzu zamiast odpadów znajduje się interaktywna wystawa, która pokazuje w jaki sposób odpady zyskują nowe życie. Chcąc obejrzeć Miecę od środka można wejść na stronę www.mieczazimpetem.pl i odbyć wirtualny spacer w środku pojazdu, ale też dookoła.

Jednym z najmłodszych projektów, którym bardzo lubimy się chwalić jest Re_kologia, czyli projekt edukacyjny skierowany do szkół podstawowych, prowadzony wspólnie z PepsiCo. W ramach programu realizujemy aktywności skierowane do dzieci i młodzieży oraz aktywizujące konkursy. W edukacji pomagają bohaterowie projektu: Drużyna SIR PET-ERA na czele z dzielnym rycerzem, który rzuca dzieciom ekologiczne wyzwania. O Re_kologii można poczytać na stronie www.rekologia.pl.

Każdego roku docieramy do ponad 350 000 odbiorców, uczestniczymy w średnio 45 konferencjach i organizujemy 25 eventów. Pomijając Dzień Bez Śmiecenia, bo zawsze podsumowujemy go oddzielnie. W tym roku jeszcze nie sposób obliczyć dotarcia, ale w poprzedniej edycji udało nam się dotrzeć do ponad 6 100 000 osób.

Co dla przedsiębiorstw oznaczają zmiany ustaw: opakowaniowej i o odpadach? Przed jakimi wyzwaniami stają obecnie przedsiębiorcy jeśli chodzi o recykling i w jaki sposób REKOPOL pomaga im w rozwiązywaniu tych problemów?

Nowelizacja ustawy podniosła poziom recyklingu, wobec tego przedsiębiorcy muszą ponieść większe koszty w związku z realizacją obowiązków wynikających z ustawy o gospodarce opakowaniami. Dodatkowo, nowelizacja zniósła obowiązek odzysku, co akurat

Michał Mikołajczyk: Wspierają firmy w recyklingu, przekonują mieszkańców do segregacji odpadów

jest ułatwieniem, bo przedsiębiorcy nie muszą realizować poziomów recyklingu.

Dodatkowo, zmieniona została definicja opakowania wielomateriałowego, co oznacza, że część opakowań, które wcześniej uznawane były za wielomateriałowe, od 1 stycznia 2022 mogą nie być za takie uznawane. Nie ma jeszcze jednak oficjalnych interpretacji dotyczących sytuacji spornych. Rekopol wypełnia obowiązki zgodnie z aktualnymi przepisami, wobec tego przedsiębiorca nie musi śledzić przepisów.

Nowelizacja ustawy o odpadach wprowadziła definicję ROP, co, pomimo, iż w ustawie tej nie ma jeszcze szczegółów dotyczących wypełniania obowiązków, to daje już przedsiębiorcom sygnał, że produkując, muszą uwzględniać cały cykl życia produktu bo będą ponosili odpowiedzialność finansową albo odpowiedzialność finansową i organizacyjną na etapie cyklu życia produktu, aż do momentu gdy stanie się on odpadem.

Zmienił się też sposób uznawania produktu za produkt uboczny – zniknęła uznaniowość. Odtąd, aby coś mogło być produktem ubocznym, muszą być spełnione warunki z u.o. i szczegółowe warunki określone dla danej kategorii produktu. Tylko uznanie danego produktu lub substancji za produkt uboczny wyłącza go z uznania za wytwarzany odpad. Ma to znaczenie dla przedsiębiorców, którzy prowadzą ewidencję odpadów i powstaje u nich produkt uboczny. Istotna zmiana dotyczy też statusu odpadów. Nowe przepisy dają możliwość określenia warunków utraty statusu odpadu w zezwoleniu na przetwarzanie odpadów.

Kolejna istotna zmiana z punktu widzenia przedsiębiorców dotyczy zapobiegania powstawania odpadów. Działania te mają być realizowane na podstawie krajowego programu zapobiegania powstawaniu odpadów. Zapobieganie powstawania odpadów dotyczy działań na produktach, które nie stały się jeszcze odpadem w przeciwieństwie do ponownego użycia lub przygotowania do ponownego użycia, które dotyczą odpadów. Ustawa zawiera przykłady środków służących zapobieganiu powstawaniu odpadów.

Michał Mikołajczyk: Wspierają firmy w recyklingu, przekonują
mieszkańców do segregacji odpadów

Jako Rekopol staramy się wspierać przede wszystkim na poziomie informacyjnym i doradczym. Regularnie organizujemy webinary, szkolenia, spotykamy się z klientami, rozwiewamy wątpliwości. Raz w miesiącu tworzymy newsletter, w którym jedną z sekcji są tematy związane z prawem, gdzie regularnie można zapoznać się ze zmianami.