



Povzetek raziskave o nenaslovljeni oglasni pošti

Gospodinjstvo v Sloveniji prejme na mesec povprečno 2,6 kg nenaslovljene oglasne pošte

Ekologi brez meja smo v nekaj slovenskih gospodinjstvih odstranili nalepko za prepoved dostavljanja nenaslovljene oglasne pošte iz poštnih nabiralnikov in dnevno spremljali količine oglasnega papirja, ki je končal v nabiralnikih. Raziskavo smo izvedli med sredino maja in koncem julija na 3 lokacijah: v gospodinjstvu v manjšem naselju občine Ivančna Gorica, v gospodinjstvu v manjšem naselju občine Laško ter v gospodinjstvu v mestu Mengeš.

Predvsem nas je zanimalo, koliko nenaslovljene oglasne pošte dejansko pristane v nabiralnikih, koliko oglasne pošte se tiska na recikliran papir in kdo so največji oglaševalci. V okviru raziskave smo za več informacij povprašali tudi tiskarja, izvajalca poštnih storitev, reciklerja papirja in Agencijo za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljevanju AKOS).

2,6 kg oglasnih pošiljk v dveh mesecih in pol povprečno na gospodinjstvo

Če se nam ob vsakodnevnih oglasnih pošiljkah, ki jih poštar prinese v nabiralnik, njihova količina morda ne zdi pretirana, je situacija drugačna, ko nenaslovljeno oglasno pošto nekaj časa zbiramo. Tako smo samo v gospodinjstvu v občini Mengeš v dveh mesecih in pol zbrali 223 kosov oziroma 7.759 g nenaslovljene oglasne pošte. Gospodinjstvo v občini Ivančna Gorica je denimo samo v enem dnevu prejelo 460 g nenaslovljene oglasne pošte.

Povprečno je gospodinjstvo v merjenem obdobju prejelo 2.642 gramov nenaslovljene oglasne pošte na mesec, kar pomeni slabih 32 kg na leto. Lastnik hišnega predalčnika lahko prepove dostavljanje nenaslovljene oglasne pošte, kar stori z nakupom AKOS nalepke (0,42 €) na pošti. AKOS nalepko uporablja približno 25 % oziroma 206.155 gospodinjstev. Preostalih 75 % gospodinjstev v Sloveniji tako skupaj prejme približno 19.604 ton nenaslovljenih oglasne pošte letno. Za primerjavo - to predstavlja skoraj polovico vseh nastalih kosovnih odpadkov v Sloveniji leta 2017.

Največ nenaslovljene oglasne pošte v začetku meseca in ob ponedeljkih

Zanimalo nas je, ali obstajajo razlike v številu prejete nenaslovljene oglasne pošte glede na dan v tednu in glede na obdobje meseca. Med dnevi v tednu se je za daleč najbolj priljubljeno izbiro oglaševalcev izkazal ponedeljek – takrat so izbrana gospodinjstva povprečno prejela 7 kosov oziroma 239 gramov nenaslovljene oglasne pošte. Najmanj so je prejela ob petkih – povprečno 1,5 kosa oziroma 83 gramov.

Da bi ugotovili razlike v količini prejete nenaslovljene oglasne pošte glede na obdobje meseca, smo vsak merjeni mesec razdelili na 6 delov. Izračuni so pokazali, da naslovniki največ oglasnih sporočil po pošti



prejmejo na začetku meseca, med prvim in petim v mesecu – povprečno slabih 5 kosov oziroma 184 gramov na dan. Najmanj nenaslovljene oglasne pošte gospodinjstva prejmejo med 26. in 31. v mesecu – povprečno 2,9 kosa oziroma 113 gramov dnevno.

Največji oglaševalci so trgovske verige z živili

Skupno smo v merjenem obdobju v vseh treh krajih zabeležili 86 različnih oglaševalcev. Pri tem najbolj izstopajo oglasi trgovskih verig na drobno s pretežno prodajo živil. V mesecu juliju je bilo takšne oglasne pošte v izbranih gospodinjstvih povprečno 1.670 gramov, kar znaša približno 65 % celotne teže oglasnih sporočil vseh oglaševalcev v mesecu. Tudi posamezni oglaševalec z oglasnimi sporočili največje mase prihaja iz omenjene panoge – 5 kosov njihove oglasne pošte je v juliju tehtalo 370 gramov.

Podjetja s prodajo pohištvenih izdelkov so nam v mesecu juliju povprečno poslala 24,2 % teže vse nenaslovljene oglasne pošte (povprečno 617 gramov). Med bolj zastopanimi oglaševalci po pošti so še prodajalci električne in elektronske opreme (povprečno 3,1 % teže vseh oglasnih sporočil v juliju), drogerije (povprečno 2,9 % teže vseh oglasnih sporočil v juliju) in prodajalci tekstila (povprečno 1,7 % teže vseh oglasnih sporočil v juliju).

Samo 5,8 % vseh oglaševalcev se odloča za recikliran papir ali papir iz odgovornih virov

Le nekaj oglaševalcev uporablja papir s FSC ali katerim drugim certifikatom in to tudi jasno označuje. V vsej zbrani oglasni pošti smo izmed 86 opazili 5 oglaševalcev s tovrstnimi oznakami (5,8 % vseh oglaševalcev). Dva oglaševalca uporabljata papir z oznako FSC iz odgovornih virov, dva papir z oznako FSC iz recikliranih materialov, eden pa uporablja oznako Modri angel. Oglaševalca, ki ima na oglasni pošti le napisano, da uporablja ekološki papir, a ne navaja nikakršnih certifikatov ali oznak, nismo šteli v zgornji odstotek, saj navedbe nismo mogli preveriti.

Vplivi na okolje

Pri proizvodnji papirja se uporabljajo številne nevarne kemikalije, ki vplivajo na zdravje ljudi in okolice. Prihaja do izpustov strupenih snovi v okolje, vključno s klorom, živim srebrom, svincem in fosforjem. Kjer še vedno uporabljajo klor kot belilo, obstaja tudi nevarnost prehajanja dioksinov in furanov v okolje. V nekaterih državah se za izdelavo papirja porabi več kot 10 % vse porabljene pitne vode, od leta 2003 do 2013 pa so se nedotaknjene gozdne površine zmanjšale za 7,2 %, deloma tudi zaradi sečnje za izdelavo papirja.

Različni certifikati zagotavljajo, da je papir recikliran oziroma so v procesu vsaj odgovorno ravnali z viri. Z uporabo ene metrične tone recikliranega papirja prihranimo 4,4 metričnih ton lesa, 39 % energije, 58 % toplogrednih plinov, 9 % porabe vode, 13 % nevarnih onesnaževal zraka, 26 % izpustov dioksinov in 20 % živega srebra. Sicer oglasni papir, ki ga danes uporablja večina oglaševalcev za recikliranje ni najboljši, saj vsebuje premalo kvalitetnih celuloznih vlaken, zato ga morajo pri recikliranju mešati z drugim papirjem.



V EU smo si na področju vsega odpadnega papirja in kartona zadali cilj reciklirati 75 % do leta 2025 in 85 % do leta 2030. V letu 2016 smo v Sloveniji reciklirali 71 % odpadnega papirja in kartona.

AKOS nalepka za 0,42 € vam prihrani 3 kg odpadkov mesečno

Od uvedbe AKOS nalepke za prepoved dostavljanja nenaslovljenih oglasnih sporočil leta 2003 se povprečno proda približno 35.000 nalepk na leto. Uporaba nalepke je v zadnjih letih konstantna, opaža pa se povečana uporaba v času poletnih dopustov – takrat uporabniki nalepko sicer prilepijo, a jo ob povratku odstranijo. Dostavljalci nenaslovljenih oglasnih pošiljk so dolžni upoštevati le uradno AKOS nalepko, zato osebno napisana sporočila, da ne želite prejemati oglasne pošte, oziroma druge nalepke ne bodo dosegli svojega namena.

Pri uporabi nalepke Zakon o poštnih storitvah (ZPSto-2) prepoveduje tudi dostavljanje nenaslovljenih oglasnih pošiljk v npr. pisemski ovojnici. Morebitne kršitve se lahko prijavijo na Tržni inšpektorat RS, ki je pristojen za njihovo obravnavo v sklopu 45. člena ZPSto-2. V istem členu so navedene tudi izjeme: uradna glasila občin in lokalnih skupnosti ter politična propagandna sporočila med volilno kampanjo, ki ne predstavljajo kršitve.

Manj oglasne pošte, manj papirja, manj potrošništva

Nenaslovljene oglasne pošte je po naši raziskavi ogromno, a je pri tem treba upoštevati, da njene količine nismo merili decembra ali pred prazniki, ko so trgovske kampanje in akcije množičnejše.

Oglasno pošto je težko reciklirati, predstavlja breme za okolje in spodbuja potrošništvo. Ker si lahko ponudbo oglaševalcev za izdelke, ki jih dejansko rabimo, vedno ogledamo tudi na spletu, je najbolj okolju prijazno na svoj poštni nabiralnik nalepiti nalepko za prepoved dostavljanja nenaslovljenih oglasnih pošiljk. Hvaležni nam bodo gozdovi in nenazadnje tudi naša denarnica.

Viri:

- <https://www.stat.si/StatWeb/Field/Index/17/47>
- <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7067>
- https://environmentalpaper.org/wp-content/uploads/2018/04/StateOfTheGlobalPaperIndustry2018_FullReport-Final.pdf
- https://ec.europa.eu/info/news/new-waste-rules-will-make-eu-global-front-runner-waste-management-and-recycling-2018-apr-18_en