

Bleskové šetření HK ČR:

EVROPSKÉ NAŘÍZENÍ O OBALECH A OBALOVÝCH ODPADECH (PPWR)

O šetření



Cíl šetření

Cílem bleskového šetření zaměřeného na Evropské nařízení o obalech a obalových odpadech (PPWR) bylo mimo jiné získat od členů HK ČR informace o tom, jak obaly využívají, jak jsou připraveni na implementaci nařízení a jaký dopad na fungování jejich firmy očekávají.



Cílová skupina

Zástupci mikro, malých, středních, ale i velkých firem působících v různých odvětvích ekonomiky napříč všemi kraji ČR. Celkem se do šetření zapojilo 384 respondentů.



Termín sběru dat

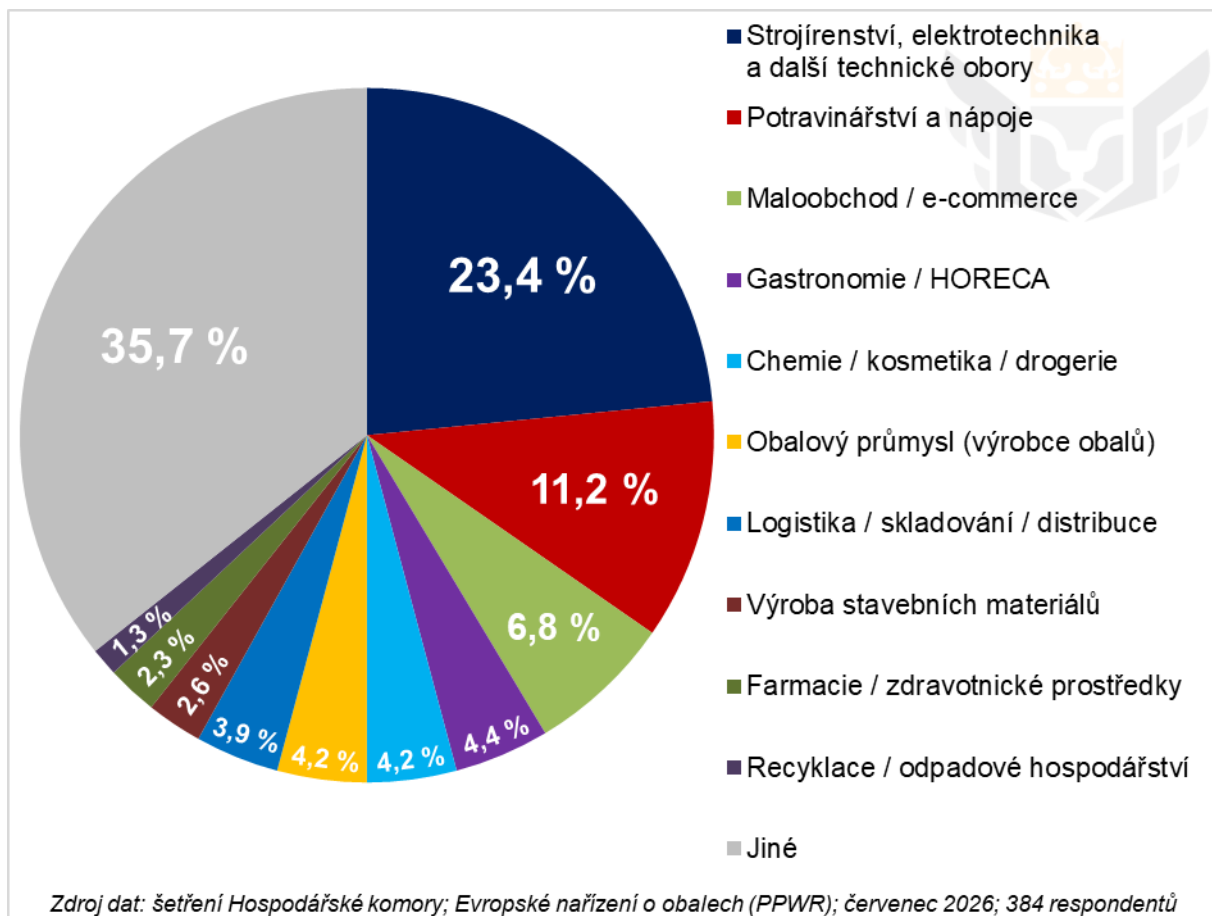
Od 27. 7. do 31. 7. 2026



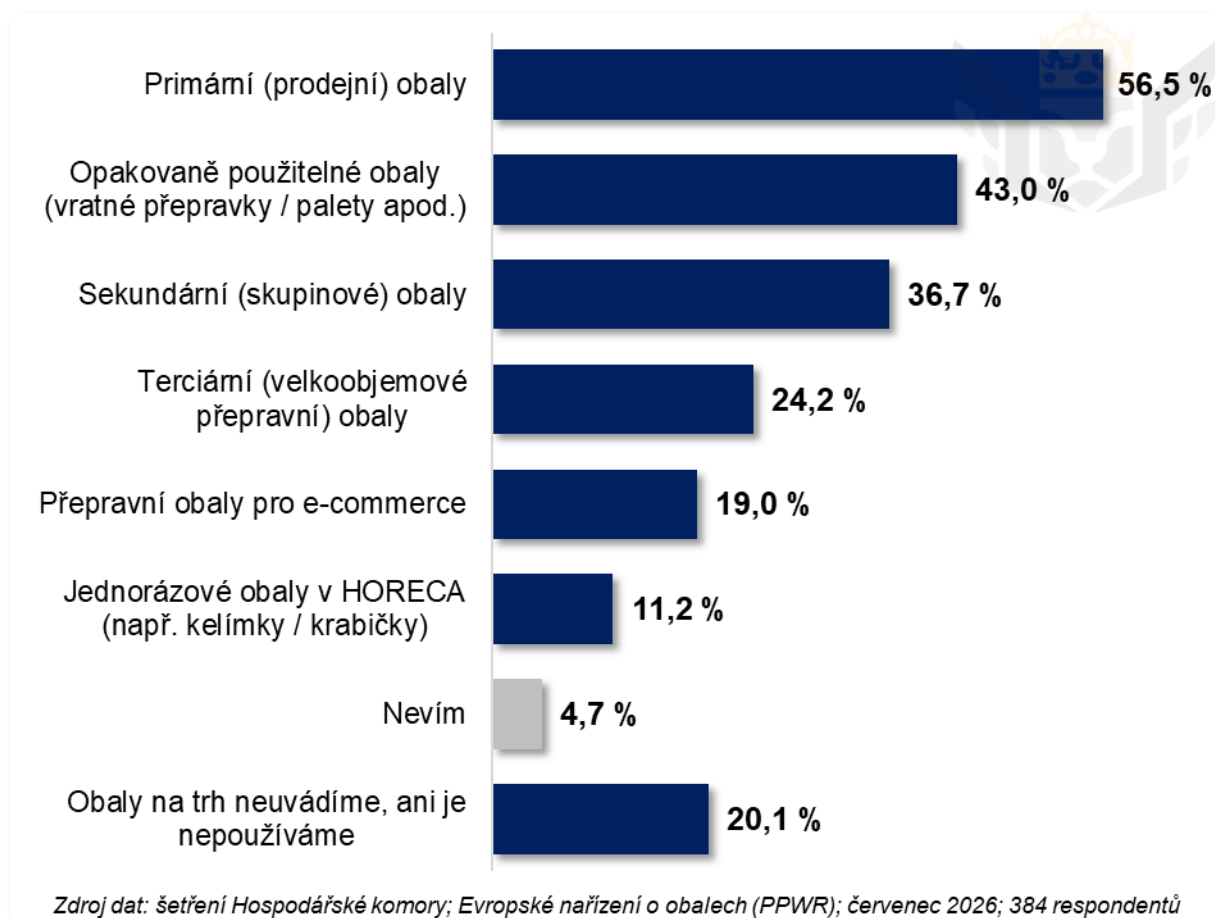
Rozdělení respondentů

Pro potřeby šetření jsou firmy rozděleny do následujících velikostních kategorií dle počtu zaměstnanců: mikro firmy (0-10), malé firmy (11-50), střední firmy (51-250), velké firmy (nad 250). Do šetření byli zapojeni respondenti z různých odvětví ekonomiky. Podrobnější rozpad zachycuje graf č. 1.

Graf č. 1 Odvětvová struktura respondentů



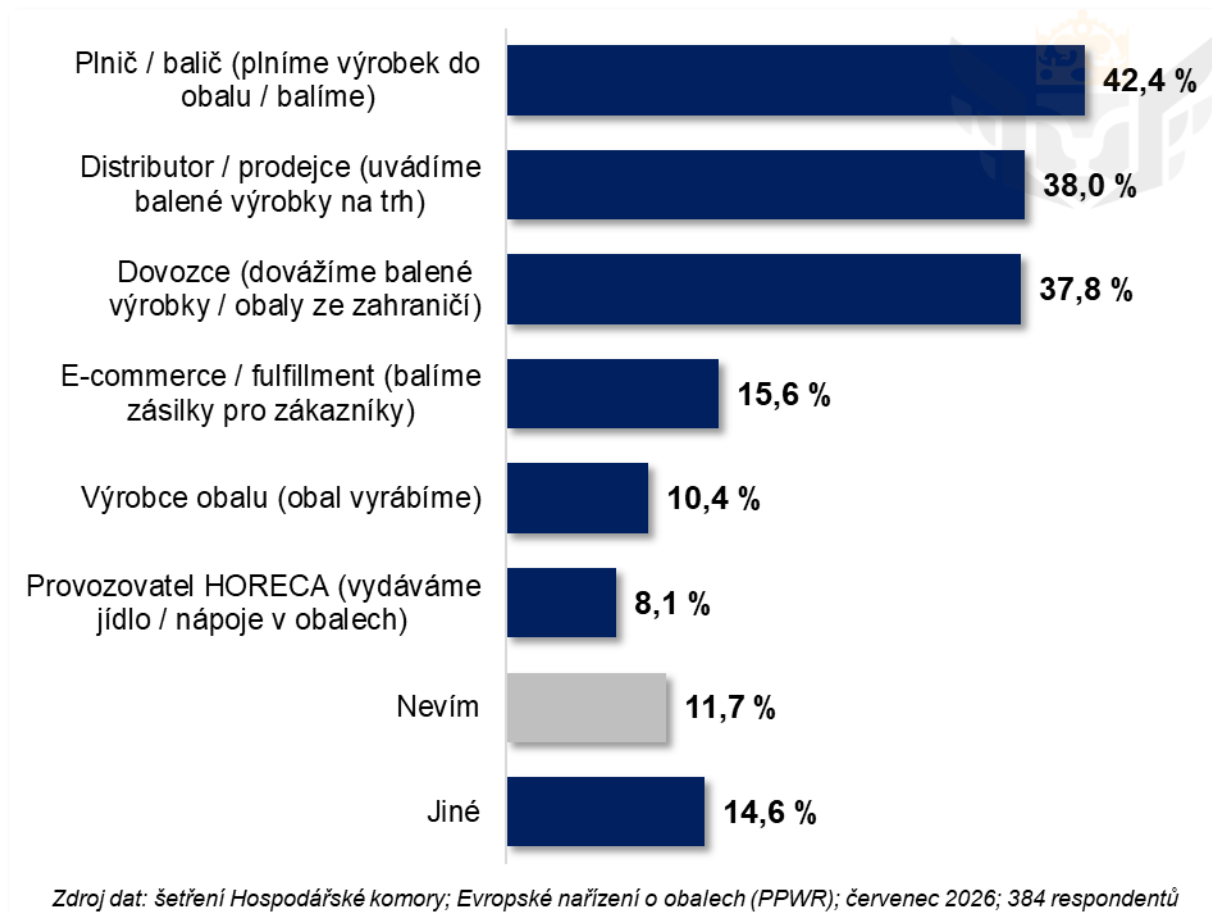
Graf č. 2 Používané obaly, obaly uváděné na trh



Pozn.: Otázka umožňovala zvolit libovolný počet odpovědí, proto součet procent v grafu není roven 100.

Nejčastěji používanými obaly, resp. obaly uváděnými na trh, jsou mezi respondenty primární (prodejní) obaly, které využívá nadpoloviční většina respondentů (56,5 %). Druhým nejrozšířenějším typem obalů jsou obaly pro opakované použití, jako jsou vratné přepravky nebo palety. Tento druh využívá 43 % respondentů. Následují sekundární (skupinové) obaly s 36,7 % a terciární (velkoobjemové přepravní) obaly, které využívá 24,2 % firem zapojených do šetření. Pouze pětina firem uvedla, že na trh žádné obaly neuvádí, ani je nepoužívá. Zbývající dva rozlišované druhy obalů používá méně než pětina respondentů (přepravní obaly pro e-commerce 19 % a jednorázové obaly v HORECA 11,2 % respondentů). Z výsledků je tak patrné, že paleta různých druhů obalů používaných firmami je relativně pestrá a nařízení dopadne na široký okruh firem.

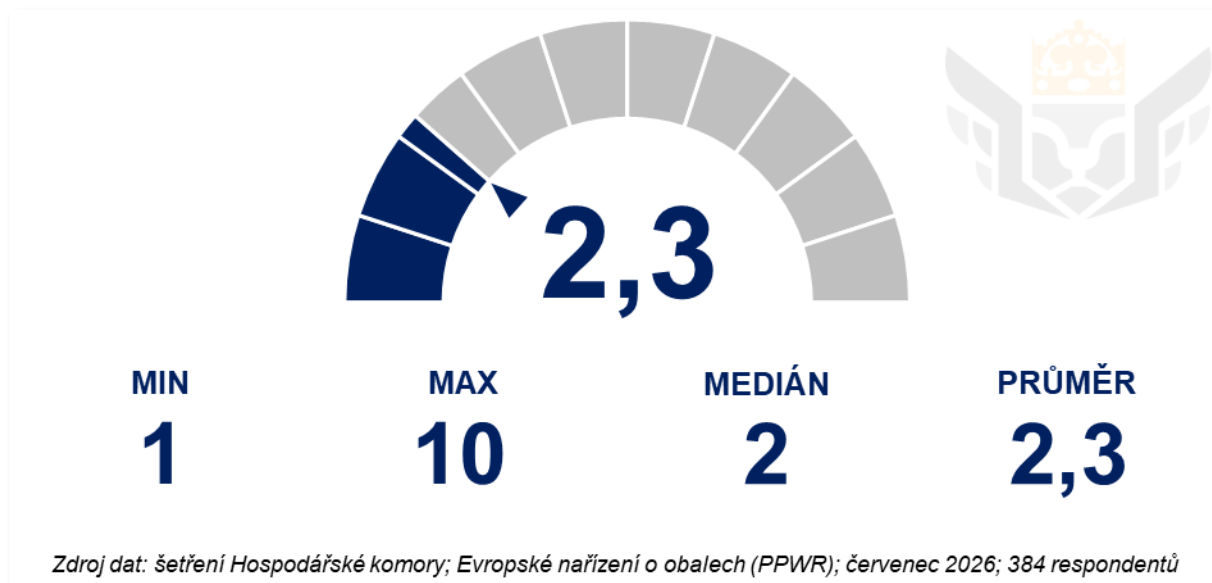
Graf č. 3 V jaké roli firmy typicky vystupují vůči obalům



Pozn.: Otázka umožňovala zvolit libovolný počet odpovědí, proto součet procent v grafu není roven 100.

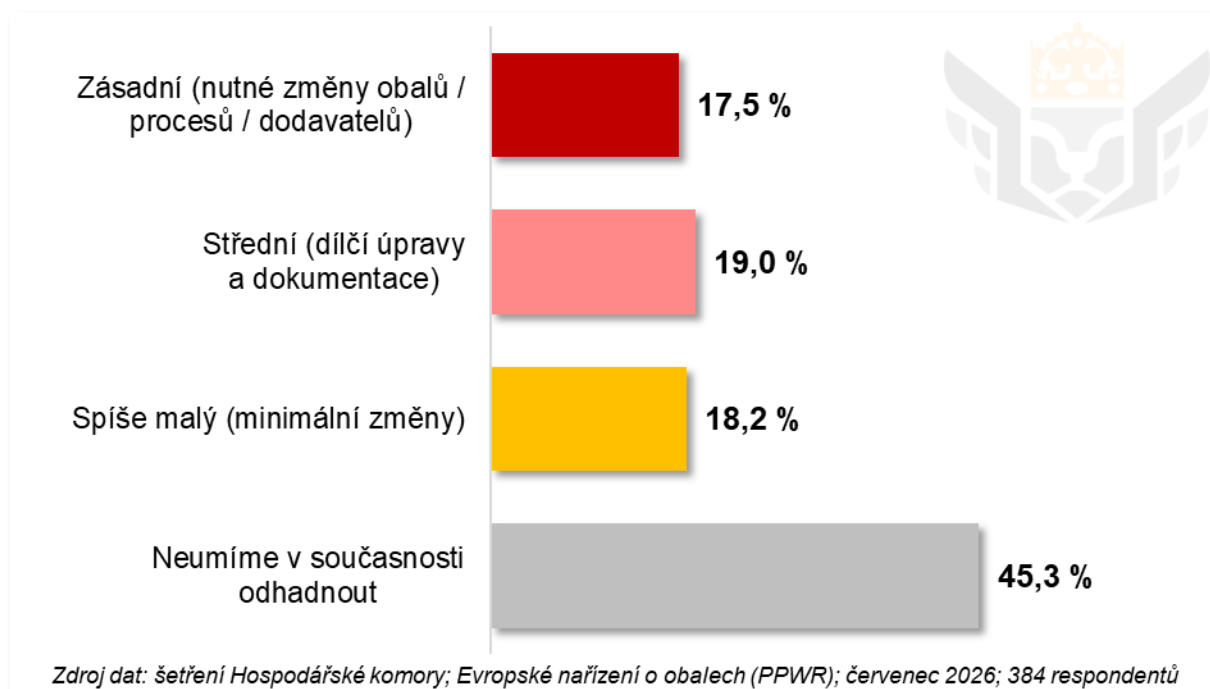
Stejně jako typy používaných obalů je mezi účastníky šetření různorodý také způsob, kterým obaly využívají a uvádějí na trh. Role respondentů vůči obalům nejčastěji spočívá v plnění nebo balení výrobků do obalů. Obaly tímto způsobem využívá 42,4 % respondentů. 38 % firem uvádí balené výrobky na trh v roli distributora nebo prodejce a zhruba stejný podíl respondentů (37,8 %) dováží balené výrobky (nebo obaly) ze zahraničí. 15,6 % respondentů obaly využívá v rámci e-commerce, resp. logistických služeb fulfillment, a zhruba 8 % respondentů obaly využívá za účelem vydávání jídla nebo nápojů. Mezi respondenty byla zastoupena také desetina firem, která obaly přímo vyrábí.

Graf č. 4 Hodnocení množství a kvality dostupných informací



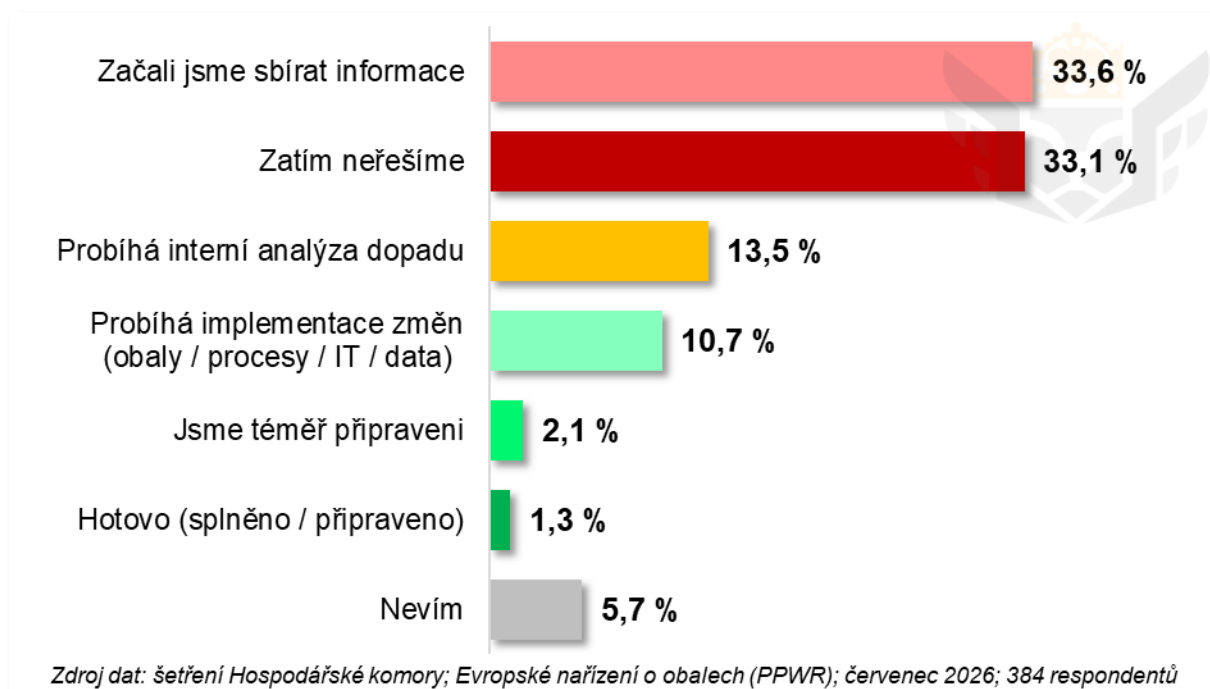
Alarmující jsou výsledky otázky zaměřené na hodnocení množství a kvality dostupných informací pro firmy. Přestože část povinností by měla být účinná již od 12. 8. 2026, chybí řada prováděcích a delegovaných aktů Evropské komise a metodik klíčových pro praktickou aplikaci. Informovanost firem o nových povinnostech je dle jejich odpovědí zcela nedostatečná. Na škále 1 až 10 (kde hodnota 1 označuje množství a kvalitu informací jako minimální, hodnota 5 jako dostatečnou pro plánování a hodnota 10 situaci, kdy jsou dostupné všechny relevantní informace) dosahuje průměr hodnocení firem 2,3 bodu. V odpovědích převládalo nejnižší možné hodnocení 1, které zvolilo 49,5 % respondentů. Hodnocení 2 uvedlo 19,5 % respondentů a hodnocení 3 pak 10,9 %. Zhruba 80 % odpovědí se tak pohybuje ve spodní třetině škály. Naopak nejvyšší hodnocení 10 respondenti volili zcela výjimečně (0,8 %).

Graf č. 5 Odhad dopadu PPWR na firmy



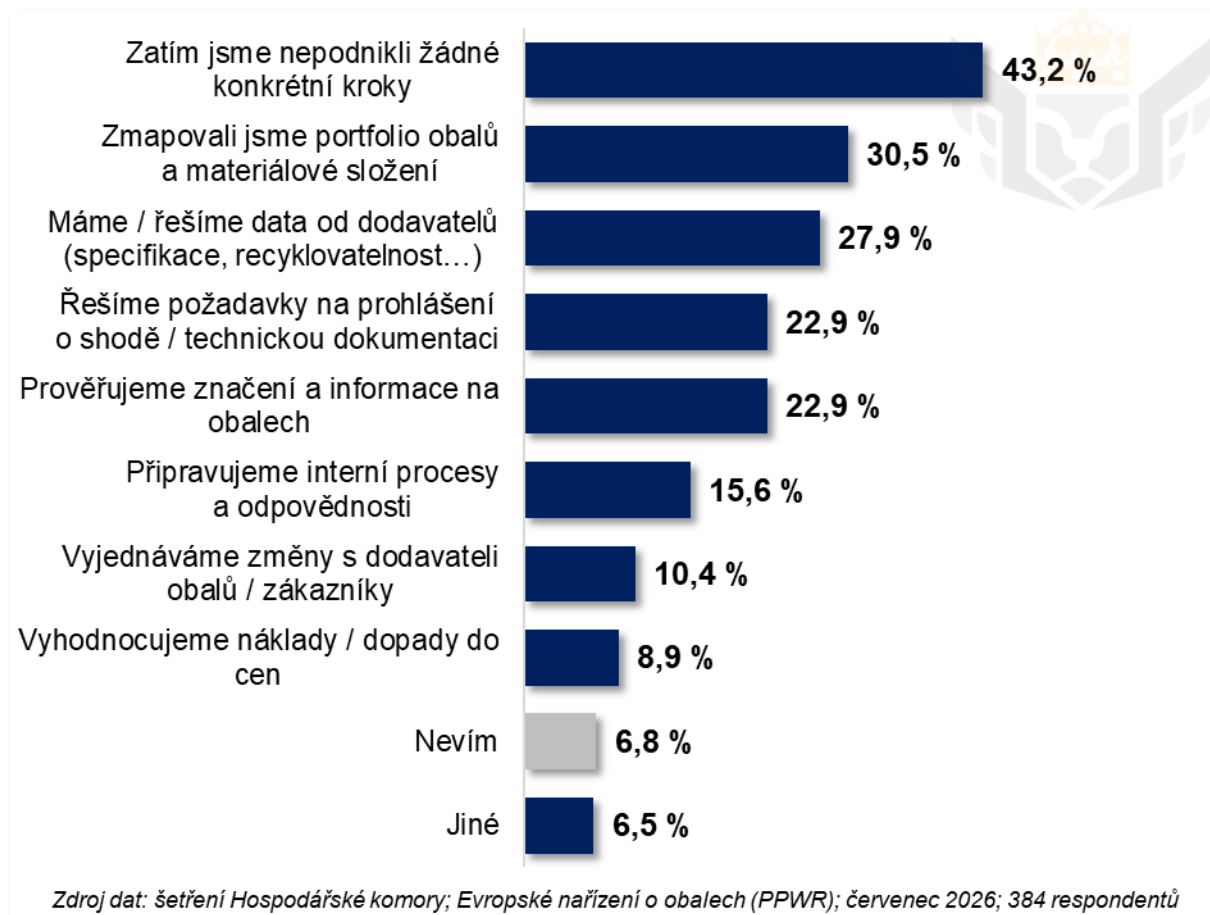
Skutečnost, že firmy nedisponují relevantními informacemi, pravděpodobně ovlivňuje také odhady respondentů ohledně dopadu PPWR na fungování firmy. Relativně vysokých 45,3 % respondentů totiž uvedlo, že v současnosti dopad nedokáže odhadnout. Nelze vyloučit, že to alespoň částečně souvisí s objektivní nedostupností relevantních informací. Všichni zbývající respondenti, kteří dokáží dopad PPWR na firmu odhadnout, jsou mezi odpověďmi vyjadřujícími různé intenzity dopadu relativně rovnoměrně rozděleni. 17,5 % firem potenciální dopad na firmu hodnotí jako zásadní, 19 % jako středně silný a 18,2 % jako spíše malý. Celkem tak ale více než třetina respondentů (zásadní + střední dopad = 36,5 %) očekává, že implementace PPWR bude ve firmě vyžadovat výraznější změny. Za zásadní považuje dopad 71,6 % firem z těch, které plní nebo balí výrobky do obalů. Obdobně jej hodnotí také 67,2 % distributorů a prodejců, kteří uvádějí balené výrobky na trh. U firem dovážejících balené výrobky nebo obaly ze zahraničí označilo dopad za zásadní 59,7 % respondentů.

Graf č. 6 Fáze přípravy na nová pravidla ve firmách



Přestože nová pravidla pro obaly by měla již brzy vstoupit v účinnost, respondenti se v přípravě na jejich aplikaci nacházejí spíše v počátečních fázích, případně přípravu vůbec nezačali. S ohledem na výsledky předchozích otázek však zřejmě nejde o rezignaci firem na přípravu ani o jejich opožděnou reakci. Důvodem jsou pravděpodobně zejména omezení vyplývající z objektivní nedostupnosti relevantních informací. Zhruba třetina respondentů (33,1 %) uvedla, že zatím s přípravou ani nezačala, a další třetina (33,6 %) se aktuálně věnuje teprve sběru dostupných informací. V 13,5 % firem už probíhá alespoň interní analýza dopadů. V pokročilejší fázi přípravy se nachází pouze 10,7 % firem již implementujících změny a 2,1 % respondentů, kteří jsou na nová pravidla už téměř připraveni. Firmy, které přípravu na implementaci nových pravidel již dokončily, se mezi respondenty objevují zcela výjimečně (1,3 % respondentů).

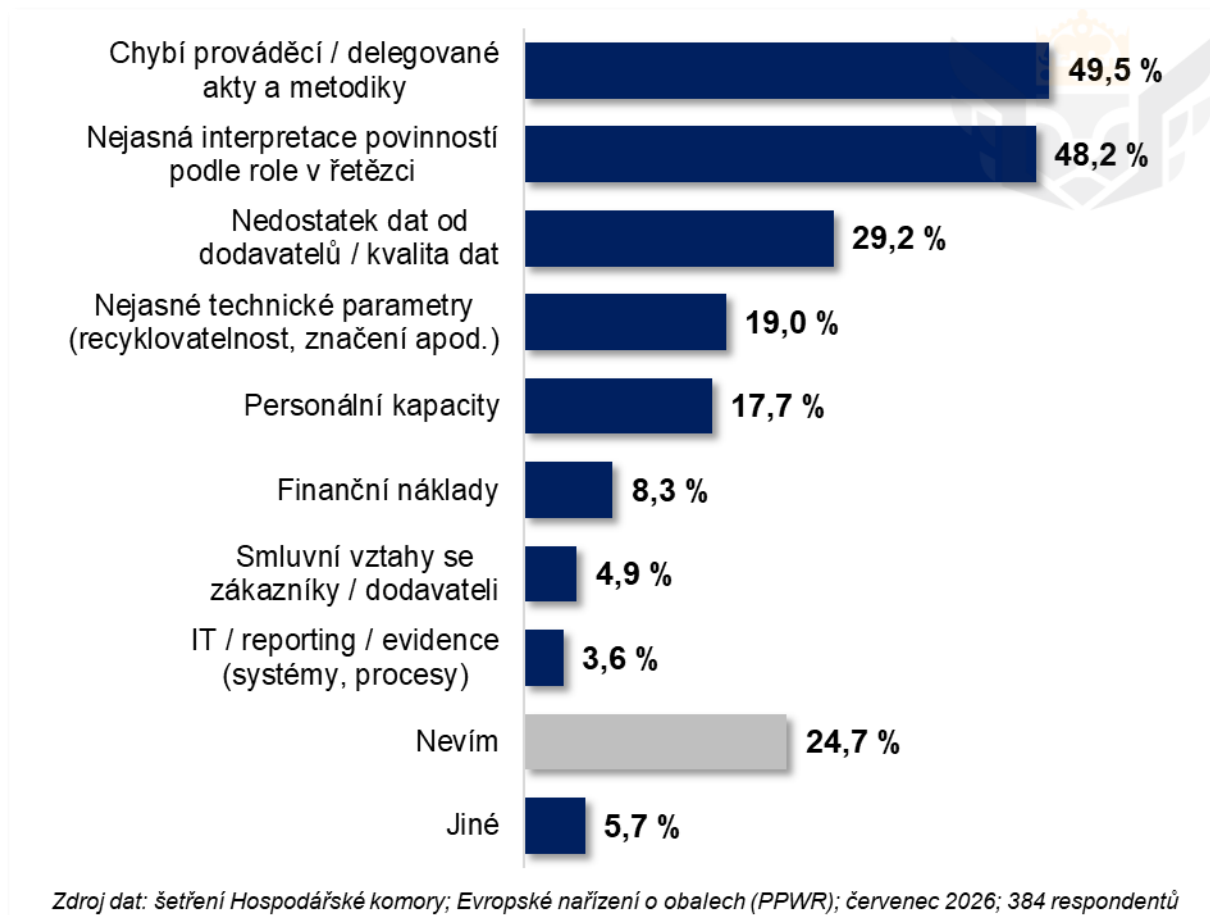
Graf č. 7 Konkrétní kroky realizované v rámci přípravy



Pozn.: Otázka umožňovala zvolit libovolný počet odpovědí, proto součet procent v grafu není roven 100.

V rámci konkrétních kroků firmy nejčastěji přistupují ke zmapování portfolio obalů a materiálového složení (30,5 %), získávání dat (specifikace, recyklovatelnost apod.) od dodavatelů (27,9 %), řešení požadavků na prohlášení o shodě nebo zajištění technické dokumentace (22,9 %) a také k prověřování značení a informací na obalech (22,9 %). Každou ze zbývajících možností pak vždy zvolila méně než pětina respondentů. 15,6 % firem připravuje interní procesy a nastavení odpovědnosti, 10,4 % vyjednává změny s dodavateli obalů nebo zákazníky a 8,9 % vyhodnocuje související náklady nebo dopady do cen. Více než dvě pětiny respondentů (43,2 %) ale v souladu se zjištěními z předchozí otázky uvedly, že zatím k žádným konkrétním krokům nepřistoupily.

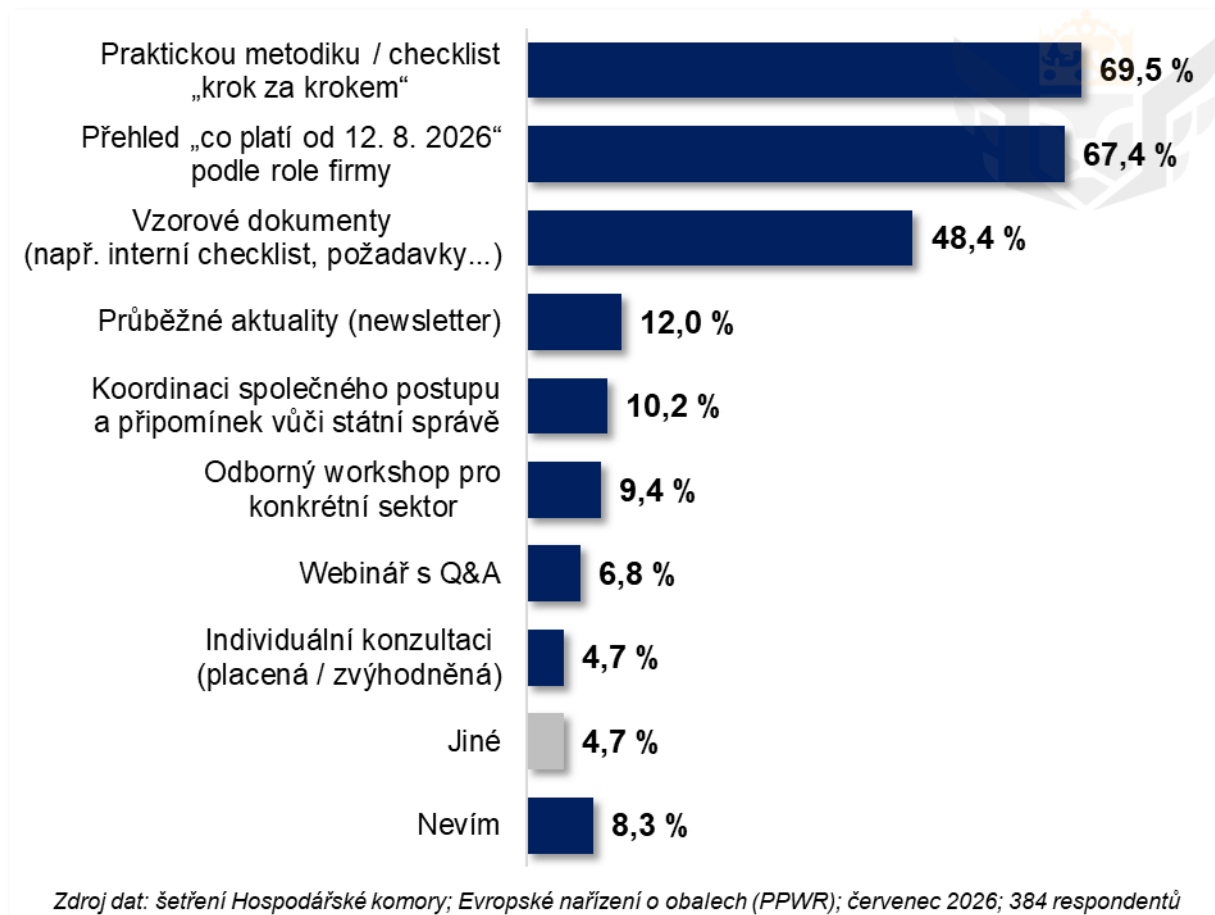
Graf č. 8 Nejvýznamnější bariéry bránící přípravě na nová pravidla



Pozn.: Otázka umožňovala zvolit až 3 odpovědi, proto součet procent v grafu není roven 100.

Za dva hlavní problémy, z nichž každý označilo bezmála 50 % respondentů, firmy považují zejména chybějící prováděcí/delegované akty a metodiky (49,5 %) a nejasnou interpretaci povinností podle role v řetězci (48,2 %). Dle 29,2 % respondentů je problematická rovněž dostupnost, případně kvalita, dat od dodavatelů. Každou ze zbývajících překážek pak jako svou odpověď zvolilo výrazně méně respondentů než v případě tří nejčastějších možností. 19 % firem považuje za problém nejasné technické parametry a 17,7 % také vlastní personální kapacity zatížené implementací nových pravidel. Pouze jednotky procent respondentů za problém považují finanční náklady (8,3 %), smluvní vztahy se zákazníky nebo dodavateli (4,9 %) nebo systémy a procesy související s IT řešením, reportingem a evidencí (3,6 %). Z výsledků tak vyplývá, že nejpalčivější problémy neleží na straně firem (i když ani toto hledisko by s ohledem na výsledky šetření nemělo být podceňováno), ale spočívají především v nepřehledném způsobu, jakým jsou nová pravidla zaváděna, resp. komunikována směrem k firmám.

Graf č. 9 Jakou pomoc by firmy v příštích týdnech nejvíce uvítaly



Pozn.: Otázka umožňovala zvolit až 3 odpovědi, proto součet procent v grafu není roven 100.

Z odpovědí firem jednoznačně vyplývají tři preferované způsoby pomoci, které by jim umožnily snazší orientaci v nových pravidlech a jejich následnou úspěšnou implementaci. Celkem 69,5 % by uvítalo praktickou metodiku nebo checklist „krok za krokem“, který by zachycoval postup, jakým by firma měla postupovat. Dle 67,4 % respondentů by pomohl také přehled shrnující, jaká pravidla platí od 12. 8. 2026 v závislosti na roli firmy. Téměř polovina respondentů (48,4 %) za užitečné považuje rovněž vzorové dokumenty, jako je interní checklist nebo požadavky na data od dodavatelů.