

Kam odhajajo umret avtomobili?

Razgradnja vozil Izrabljeni deli večkrat končajo na črnem trgu

CELJE – Leta 2015 bo v EU svojo življenjsko pot končalo 17 milijonov motornih vozil. Po predpisih je že zdaj treba vsa takšna vozila razgraditi, saj niso samo vir surovin, v avtomobilih so tudi nevarni odpadki. Kljub temu jih v Sloveniji recikliramo le desetino, druga izginejo.

BRANE PIANO

Po podatkih ministrstva za kmetijstvo in okolje nastane v Sloveniji vsako leto med 50 in 60 tisoč izrabljenih vozil. Okoli 20.000 jih izvozimo v države nekdanje Jugoslavije in v Vzhodno Evropo, od 20.000 do 30.000 se razgradi na črnem trgu v Sloveniji, do 10.000 pa jih v skladu z uredbo in direktivo o izrabljenih vozilih uspe razgraditi za to pooblaščenim domačim podjetjem.

Pravilno ravnanje z izrabljenimi vozili morajo po uredbi iz leta 2011 zagotavljati uvozniki, prodajalci in proizvajalci motornih vozil. Oddaja in predelava takšnega vozila sta brez-

plačni, a ljudje ubirajo druga pota, saj na črnem trgu zanje nekaj iztržijo za surovine, jih nezakonito prodajajo v tujino ali celo puščajo po gozdovih. Vse to je prepovedano, pa tudi nevarno. Pri prodaji na črno gre predvsem za kovine in barvne kovine. Nekateri izračuni kažejo, da 20 odstotkov skupne mase odsluženih avtomobilov konča kot odpadki, kar nanese par milijonov kilogramov na leto, od tega je tudi okoli 250 ton nevarnih snovi.

»Nekaj avtoodpadov še ima dovoljenje do leta 2015, večina pa jih deluje na črno,« pravi Franci Lenart, direktor družbe Ekomobil, največjega domačega razgrajevalca odsluženih vozil. »Pri nas je razgradnja brezplačna, zadnji lastnik vozila pa dobi potrdilo o uničenju, da lahko avto odjavi iz prometa. V Ekomobilu poskrbimo, da je več kot 85 odstotkov avtomobila recikliranega. Avtomobilska industrija danes vse dele označi s kodami, ki vsebujejo podatke o sestavi, da jih je mogoče reciklirati. Na črnem trgu pa gre nekaj delov v ponovno uporabo, kovinski deli gredejo k zbiralcem surovin, nihče pa ne ve, kje končajo nevar-

ne snovi, ki jih je v avtomobilu več kot 50 kilogramov,« pojasnjuje Lenart.

Ekomobil se v Velenju in s 47 zbiralnimi mesti po Sloveniji z razgradnjo motornih vozil že dve leti ukvarja kot nosilec načrta o ravnanju z izrabljenimi vozili, h kateremu je pristopilo več kot 99 odstotkov domačih uvoznikov, trgovcev in proizvajalcev avtomobilov. V treh obratih po državi vozila razgradijo in pripravijo za nadaljnjo droljenje.

Za zdaj, kot pravi Lenart, ozaveščanje javnosti financirajo sami, upajo pa tudi na razumevanje pristojnih državnih služb, saj bo delež recikliranih starih avtomobilov treba nujno povečati. Minuli teden je Ekomobil v sodelovanju z družbo Fit Media v Kranju, Ljubljani, Mariboru, Kopru in Novem mestu ter v soboto še v Celju izvedel kampanjo za seznanjanje ljudi z omenjeno problematiko. Nanjo so opozarjali s starimi avtomobili, ki so jih odložili sredi parkirišč v mestnih središčih in ob trgovskih centrih, potem pa je skupina fantov, oblečenih v delavce, po avtomobilski pločevini bodbala.



V vozilih je zelo veliko za okolje škodljivih delov, zato je njihova strokovna razgradnja nadvse pomembna.

FOTO BRANE PIANO

Kampanja Pozor(!)ni za okolje

Skrb za okolje Družba Slopak se pomena predelave odpadkov in splošne skrbi za okolje dobro zaveda

Do okolja prijazno ravnanje in predelava ne le odpadnih gum, temveč tudi odpadkov na splošno, postajata vse bolj pomembna. V Sloveniji vsak prebivalec v povprečju ustvari kar 453 kilogramov odpadkov na leto, od tega jih okoli 58 odstotkov konča na odlagališčih.

Za primerjavo: na Nizozemskem in v Nemčiji se na odlagališčih odloži le en odstotek vseh odpadkov. Nepravilne navade ravnanja z odpadki moramo zato spremeniti, pri čemer pomembno vlogo igrajo tudi različne ozaveščevalne akcije.

Družba Slopak, ki med drugim skrbi za odgovorno ravnanje z odpadno embalažo, se pomena predelave odpadkov in splošne skrbi za okolje dobro zaveda, zato se je v letošnjem šolskem letu pridružila okoljski kampanji Pozor(!)ni za okolje, ki je leta 2010 zrasla na pobudo družbe Goodyear Dunlop Sava Tires. Kampanja že četrto leto zapored ozavešča dijake in širšo skupnost o pravilnem odnosu do okolja. Ob podpisu pisma

o nameri v oktobru, s katerim se je tudi družba Slopak uradno zavezala k sodelovanju v kampanji, je direktor družbe Slopak Srečko Bukovec povedal: »Projektu Pozor(!)ni za okolje smo se pridružili z željo, da bi pripomogli k dvigovanju zavesti o pomembnosti varovanja okolja in pravilnega ravnanja z odpadki. Menimo namreč, da moramo prav vsi delovati za ohranjanje okolja in mladi, ciljna skupina te kampanje, so pri tem zagotovo pomemben deležnik.«

Kampanjo je kot partner v projektu ponovno podprlo tudi Ministrstvo za kmetijstvo in okolje, vsega skupaj pa je kampanja letos združila že 44 partnerskih organizacij. Med njimi so podjetja, ki se ukvarjajo z ravnanjem z odpadki, komunalna podjetja, ustanove, ki skrbijo za varovanje zdravja, občine in seveda srednje šole, ki združujejo že več kot 12.000 dijakov iz 26 srednjih šol iz vse Slovenije.

Aktivnosti v kampanji sodelujočim šolam prinesejo dolgoročne koristi. Vsako leto je v okviru kampanje med sodelujočimi dijaki izvedena raziskava o njihovem odnosu do okolja, s katero organizatorji

spremljajo napredek v ozaveščanju dijakov. Ugotovitve kažejo, da kampanja dosega zelene učinke, napredek je viden iz leta v leto. Tako je na primer v zadnjem letu kampanje več kot dve tretjini dijakov, ki so sodelovali v raziskavi, zatrjalo, da se zavedajo pomena ločevanja odpadkov, isti odgovor – da je ločeno zbiranje odpadkov nujno potrebno in koristno – pa je leto poprej izbrala

le polovica vprašanih dijakov. Anja Komatar, vodja projekta Pozor(!)ni za okolje v Goodyear Dunlop Sava Tires, pravi, da aktivnosti ne le spodbujajo dijake k previdnejšemu ravnanju z okoljem, temveč šolam prinesejo tudi dolgoročne koristi, kot je na primer izboljšanje sistema za ločevanje odpadkov in posledično zmanjšanje stroškov odvoza zanje. Dodaja še: »Kampanja Pozor(!)ni za

okolje nedvomno pripomore k večji ozaveščenosti dijakov o odgovornem odnosu do okolja, pri čemer nam je v veliko oporo strokovno znanje, ki nam ga ponujajo partnerske institucije. Skupaj s partnerji kampanje namreč snujemo aktivnosti v kampanji, izboljšujemo načine ozaveščanja, obenem pa partnerji poskrbijo tudi za izobraževanje dijakov o različnih vidikih varovanja okolja.«

Osrednja aktivnost kampanje je tekmovanje, razdeljeno na tri dele: tekmovanje v ločenem zbiranju odpadkov bo tako kot doslej potekalo le na gorenjskih srednjih šolah, vse sodelujoče šole pa bodo tekmovale v organizaciji EKODneva ter izvajanju EKONačrta. V okviru EKODneva bo posamezna šola organizirala aktivnosti, namenjene ozaveščanju, povezanju in aktiviranju širše okolice k pozornemu odnosu do okolja. V tekmovanju v izvajanju EKONačrta pa bo posamezna šola poskrbela za čim bolj učinkovito ravnanje z odpadki, pa tudi energijo in vodo. Letošnje tekmovanje se bo končalo v aprilu, ko bodo znani zmagovalci vseh treh delov tekmovanja. **K. H.**

PARTNERSTVO ZA OKOLJE

Evropski projekt LIFE 10 INF/SI/136 Ločujmo odpadke vodi družba Slopak, d. o. o., partner je Delo, d. d. Vrednost projekta je 671.558 €. Partnerja Slopak, d. o. o. in Delo, d. d. sofinancirata 51 % (342.495 €). Evropska unija s podporo finančnega mehanizma LIFE+ sofinancira 49 % (329.063 €).

Na vprašanja o ločevanju odpadkov in varovanju okolja bomo z veseljem odgovorili tudi v Nedelu.

Pošljite jih na naslov nedelo@delo.si (zadeva: varovanje okolja)

