

REKOMENDACJE AKADEMII EUROCASH



BUTELKA ZWROTNA W TROSCE O ŚRODOWISKO

V edycja akcji „Dbaj o przyrodę a król gór cię wynagrodzi” organizowana wspólnie przez Carlsberg Polska i Delikatesy Centrum oraz kampania społeczna „Weź mnie w obroty” promują ekologiczne postawy konsumentów wobec szklanych opakowań.

Szklana butelka zwrotna jest jednym z najbardziej ekologicznych opakowań stosowanych w branży spożywczej. Drobny gest oddania jej do sklepu pomaga zmniejszyć zużycie energii, ograniczyć eksploatację naturalnych surowców, a także zaoszczędzić pieniądze konsumentów. W Polsce co drugie piwo jest nalewane do butelki zwrotnej, ale jedynie 6% konsumentów zwraca uwagę, w jakim opakowaniu jest sprzedawane*. Jedna butelka zwrotna może być wykorzystana minimum 20 razy. Jeszcze w latach 80-tych było to niemal dwukrotnie więcej. Dziś to zaledwie 8-12 cykli. Inicjatywy Carlsberg Polska – ekologiczna akcja „Dbaj o przyrodę a król gór cię wynagrodzi”, organizowana wspólnie z Delikatesami Centrum oraz kampania społeczna „Weź mnie w obroty” – promują odpowiedzialną postawę wobec butelki zwrotnej i mają zwiększyć świadomość ekologiczną społeczeństwa.

Oddawanie butelek zwrotnych to oszczędność surowców i energii

Do produkcji 1 tony szkła używa się 800 kg piasku, 280 kg wapnia, 230 kg sody, 30 kg barwników. W wyniku tego procesu powstaje 10 m³ ścieków. Wykorzystanie jednej butelki do produkcji kolejnej to oszczędność 1100W. Tyle energii wystarczy na 22 godziny pracy przy komputerze lub 5,5 godziny oglądania telewizji. Gdyby zaprzestać produkcji szklanych butelek zwrotnych, w ciągu roku powstałoby 600 000 ton dodatkowych odpadów. Huty musiałyby je przerabiać przez 2 lata, pracując bez przerwy.

Korzyści dla przedsiębiorców i konsumentów

Rynek szklanych opakowań zwrotnych jest wart ok. 150 mln. zł, a po kraju krąży prawie 400 mln sztuk takich butelek. Dzięki ich ponownemu użyciu, przedsiębiorcy są w stanie obniżyć koszty produkcji. Konsument, oddając butelkę, mogą liczyć na zwrot 35 groszy kaucji. Wystarczy oddać 20 butelek, by pozwolić sobie na dobre espresso w kawiarni.

Akcja „Dbaj o przyrodę a król cię wynagrodzi”

W ramach tegorocznej, piątej już edycji akcji organizatorzy – marka Harnaś z portfela Carlsberg Polska i Delikatesy Centrum – zachęcali konsumentów do odnoszenia butelek zwrotnych do punktów handlowych. Za oddanie 20 sztuk szklanych opakowań konsumenci nagradzani byli praktycznym nosidełkiem na 6 butelek. Taki transporterek idealnie nadaje się do przenoszenia pełnych butelek do domów, czy pustych opakowań do sklepu. Z kolei kupując 10 piw marki Harnaś, konsumenci otrzymywali wielofunkcyjny otwieracz. Sześć zwycięskich, czyli najbardziej zaangażowanych w akcję sklepów, otrzymało nagrody finansowe z przeznaczeniem dla lokalnych społeczności. Wśród zwycięskich sklepów znalazły się trzy z województwa małopolskiego oraz trzy z podkarpackiego.

Sklepy z województwa podkarpackiego z miejscowości Łęki Strzyżowskie (1. miejsce), Skołoszyn (2. miejsce) i Olszanica (3. miejsce) przekazały wygrane odpowiednio na rzecz: Koła Gospodyń Wiejskich w Łękach Strzyżowskich, Klubu Sportowego w Skołoszynie i Ochotniczej Straży Pożarnej w Olszaniczy. Sklepy z województwa małopolskiego z miejscowości: Nowy Wiśnicz (1. miejsce), Florynka (2. miejsce) i Gorlice (3. miejsce) przekazały wygrane środki na Ochotniczą Straż Pożarną w Nowym Wiśniczu, wyposażenie Domu Kultury we Florynce oraz Bibliotekę Publiczną im. Stanisława Gabriela w Gorlicach.

Akcja ekologiczna Carlsberg Polska i Delikatesów Centrum organizowana jest od 2010 roku. Pierwsza edycja odbyła się w 50 sklepach sieci w województwie małopolskim. W tym roku w akcję zaangażowanych było już 150 sklepów sieci Delikatesy Centrum w województwach małopolskim, podkarpackim i mazowieckim (Warszawa i okolice).

Kampania „Weź mnie w obroty”

Celem kampanii jest długofalowe kształtowanie proekologicznych postaw i wzorców zachowań konsumentów. Zainaugurował ją spot internetowy z udziałem ambasadora projektu Piotra Roguckiego – muzyka, wokalista zespołu Coma i aktora. Strona internetowa akcji – www.wezmniewobroty.pl – to źródło wiedzy ekologicznej i aktualności na temat projektu. Kampania posiada również swój profil na Facebooku. Patronem merytorycznym jest Fundacja Nasza Ziemia.

W kampanię włączyli się znani rysownicy, Marta Zabłocka i Dennis Wojda, którzy tworzą komiksy z butelką zwrotną w roli głównej. Dla urozmaicenia kampanii wprowadzono również takie formy, jak gra rankingowa, quiz ekologiczny i kreatywny konkurs polegający na dokończeniu komiksu. Nagrodami są EKOtorby uszyte z firmowych banerów reklamowych w pracowni społecznej oraz koszulki i kubki z komiksem Marty Zabłockiej.

Kluczowym elementem jest stworzenie – wspólnie z internautami i handlowcami – mapy sklepów przyjaznych butelkom zwrotnym, dostępnej na stronie internetowej akcji. Są to punkty, które oferują piwa w butelkach zwrotnych i przyjmują opakowania bez konieczności okazania paragonu. Do projektu mogą włączyć się wszystkie sklepy spełniające powyższe warunki. Każdy punkt handlowy otrzymuje naklejkę „Sklep przyjazny butelce zwrotnej” – umieszczona na drzwiach informuje konsumentów, że w tym miejscu mogą zwrócić opakowania. Mapa ma być ułatwieniem dla kupujących, zachęcać do oddawania butelek oraz promować sklepy przyjazne opakowaniom zwrotnym.

*TNS dla Carlsberg Polska z 2013 roku: Postawy konsumentów korzystających z butelki zwrotnej do piwa i opinii konsumenckie odnośnie systemu butelki zwrotnej.

