**INFORMACJA PRASOWA**

**Warszawa, 18 listopada 2021**

**Każda butelka zwrotna może być ponownie wykorzystana nawet 20 razy.**

**Dlaczego nie wszyscy oddają butelki zwrotne?**

**W naszym społeczeństwie obserwujemy 3 typy zachowań konsumentów: zawsze oddających butelki zwrotne, często oddających oraz rzadko zwracających je do sklepu lub skupu. Niestety, jest też grupa konsumentów, która nigdy nie oddaje butelek zwrotnych. Dlaczego tak się dzieje, jakie bariery i przekonania stoją tu na przeszkodzie, że nie wszystkie butelki wielokrotnego użytku wracają do producenta i nie zostają ponownie wprowadzone do obiegu?**

Wśród osób, które zawsze oddają butelki zwrotne do ponownego wykorzystania **41% robi to, dlatego że zależy im na środowisku naturalnym i jakości życia przyszłych pokoleń, 23% robi to ze względu na ekonomię - oszczędność pieniędzy i zwrot kaucji, a 31% osób zwraca butelki z dość prozaicznego powodu – zależy im na utrzymaniu porządku w domu.[[1]](#footnote-2)** Tymczasem warto wiedzieć, że szklana butelka zwrotna jest cennym surowcem i jednym z najbardziej przyjaznych dla środowiska naturalnego opakowań, a wykorzystywana w racjonalny sposób ma wpływ na jakość środowiska naturalnego.

Dlatego najbardziej korzystnym dla środowiska, jak i dla społeczeństwa rozwiązaniem, jest ponowne wykorzystanie butelki zwrotnej nawet 20 razy. **Statystycznie jednak butelki zwrotne są wprowadzane do ponownego obiegu do 9 razy**. Rocznie z powodu strat generowanych przez konsumentów duża liczba butelek, które powinny trafić do ponownego wykorzystania, trafia do recyklingu lub, co gorsza, do śmietników.

**Dlaczego tak się dzieje?**

Analizując zachowania konsumenckie można zauważyć, że dla 51%, które zawsze oddają szklane opakowania, ważne jest oznaczenie opakowania informujące o zwrotności butelki. Co ciekawe, dla 54% osób sporadycznie zwracających butelki jest to też kluczowa kwestia. Trochę inaczej kształtuje się postawa wśród osób, które nie oddają butelek – dla **44% nie jest ważne w jakim opakowaniu kupują produkt,** być może jest to główny czynnik decydujący o tym, dlaczego część butelek nie wraca do sklepu i nie jest ponownie użyta przez producenta.

**Zmiana nawyków, to metoda małych kroków**

Na przykładzie wyników badań osób, które oddają butelki zwrotne w trzech krokach podpowiadamy: jak można przekonać tych nieprzekonanych czy nieświadomych konsumentów i nauczyć ich jak w łatwy sposób zmienić nawyki i przyzwyczajenia?

1. **Kupuję świadomie i nie marnuję**

To ważny argument – stojąc przed decyzją zakupową, zawsze wybierajmy produkt w butelce zwrotnej. Spojrzenie w sklepie na etykietę i znalezienie odpowiedniego oznaczenia zajmuje dosłownie kilka sekund, a przynosi realne korzyści dla środowiska.

1. **Motywacja finansowa**

Dla tego argumentu również warto zmienić swoje nawyki. Butelki zwrotne możemy oddawać za każdym razem, kiedy kupujemy w sklepie nowy produkt też w butelce zwrotnej, a kiedy uzbieramy więcej tych opakowań można skorzystać np. ze skupów butelek działających w dużych sklepach lub niezależnych takich jak punkt skupu butelek Kompanii Piwowarskiej w Poznaniu.

1. **Nawyki, które motywują**

Warto wprowadzić do swojej codzienności tak proste zwyczaje jak zagospodarowanie w mieszkaniu miejsca, w którym składujemy butelki do zwrotu. Można je zaplanować blisko drzwi wejściowych, po to, żeby zawsze puste butelki mieć pod ręką, kiedy chcemy wybrać się do sklepu. Przed wyjściem warto sprawdzić, gdzie jest zlokalizowany najbliższy sklep lub punkt skupu butelek.

Pamiętajmy o tym, że butelki wielokrotnego użytku można oddawać na wiele sposobów, a najbardziej korzystnym jest wymiana butelek zwrotnych podczas dokonywania zakupu tego samego produktu. Butelki zwrotne możemy też oddać w sklepach za zwrotem kaucji – warto pamiętać o dowodzie zakupu i zbierać paragony, ponieważ są miejsca, w których możemy zostać poproszeni o nie. Są też sklepy, w których za oddane puste butelki można otrzymać bony zakupowe. To są przykłady pokazujące na czym polega efekt1butelki.

**Do redaktora:**

Kompania Piwowarska jest liderem polskiego rynku piwnego, z udziałem 36,4% (dane GUS, 2020). Firma zatrudnia ponad 2700 osób w swoich browarach i oddziałach w całej Polsce. Jako firma odpowiedzialna społecznie Kompania Piwowarska troszczy się o ludzi i środowisko. Realizując strategię zrównoważonego rozwoju, promuje odpowiedzialność i umiar w spożywaniu alkoholu, szkoli sprzedawców, oszczędza wodę i energię, wspiera rozwój swoich partnerów biznesowych i angażuje się w wolontariat. Lider rynku piwnego w Polsce jest dumnym sponsorem wielu lokalnych drużyn sportowych.

Kompania Piwowarska skupia trzy browary o wieloletniej historii: Tyskie Browary Książęce (rok założenia - 1629), Browar Dojlidy w Białymstoku (1768) i Lech Browary Wielkopolski w Poznaniu (1895). To w nich warzone są najchętniej wybierane przez Polaków piwa, między innymi: Żubr, Tyskie, Lech, Redd’s, a także kolekcja specjalności Książęcego. W ofercie producenta znajdują się również cenione w Polsce piwa czeskie: Pilsner Urquell (ikona czeskiego piwa) i Kozel (najczęściej wybierane przez Czechów piwo) a także piwa bezalkoholowe sygnowane marką Lech Free 0,0% oraz Tyskie 0,0%. Sprawdzone receptury, nieskazitelna czystość w browarach a przede wszystkim umiejętności doświadczonych piwowarów – to wszystko sprawia, że warzone tam piwa są cenione w Polsce i za granicą.

Więcej informacji o działalności i produktach Kompanii Piwowarskiej można znaleźć na stronie: [www.kp.pl](http://www.kp.pl/), na profilu Facebook firmy: <https://www.facebook.com/kompaniapiwowarska> oraz na portalu społecznościowym LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/kompania-piwowarska>

Kompania Piwowarska jest częścią Asahi Europe & International stanowiącej część Asahi Group Holdings.

**Dodatkowych informacji udziela:**

**Biuro Prasowe**

Kompania Piwowarska

Mail: [biuro.prasowe@asahibeer.pl](mailto:biuro.prasowe@asahibeer.pl)

1. Badanie Kantar dla Kompanii Piwowarskiej, „Użytkownik butelek. Kto oddaje butelki zwrotne?”  [↑](#footnote-ref-2)