



Woda wolna od butelek?

Kształtowanie postaw pro-środowiskowych
w zakresie odpadów opakowaniowych w branży
restauracyjnej

Komorowska Agata
Kucaj Wojciech
Majewska Katarzyna
Siwecka Marcelina
Stęchły Aleksandra
Paciorek Anna
Wójcik Krzysztof



WYZWANIA
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU

Warszawa 2015

Celem projektu „Woda wolna od butelek” było rozpoznanie zachowań i świadomości przedstawicieli branży gastronomicznej i ich klientów w zakresie kształtowania postaw proekologicznych oraz zaproponowanie dobrych praktyk, ograniczających opady opakowaniowe. Analiza istniejących postaw proekologicznych dotyczyła w szczególności sposobu gospodarowania odpadami opakowaniowymi po wodzie i napojach oraz preferencji w zakresie dystrybucji napojów w lokalach gastronomicznych. Jednodniowe badanie objęło 26 placówek zlokalizowanych w centrum Warszawy, wybranych przypadkowo. Wśród ankietowanych znaleźli się przedstawiciele restauracji sieciowych, właściciele prywatnych kawiarni, pubów i innych lokali gastronomicznych.

Odpady opakowaniowe są ważnym problemem środowiskowym, z których nie do końca zdają sobie sprawę właściciele lokali gastronomicznych. Wybieranie opakowań plastikowych i jednorazowych o małej pojemności skutkuje wzrostem masy generowanych odpadów, które stają się problemem na skalę lokalną.

Pytania kierowane do właścicieli lokali gastronomicznych dotyczyły rodzaju opakowań dostarczanych do lokali, sposobu utylizacji odpadów opakowaniowych oraz innowacyjnych rozwiązań mających na celu zredukowanie ich ilości, a także barier, które uniemożliwiają



wprowadzenie tych rozwiązań. Istotnym aspektem była również skłonność ankietowanych do udziału w akcjach kształtujących postawy proekologiczne, m.in. w akcji picia wody z kranu w lokalach gastronomicznych. Pytano o stosunek do idei „wody wolnej od butelek”, jak również o potencjalne wady i zalety wprowadzenia takiego rozwiązania. W niniejszym raporcie przedstawiono wyniki przeprowadzonych analizy, ogólne wnioski i propozycje rozwiązań mające na celu minimalizację odpadów opakowaniowych. W raporcie zamieszczono również przykłady dobrych praktyk, które są już stosowane przez właścicieli lokali gastronomicznych.

Sposoby dystrybucji napojów i postępowania z odpadami w lokalach, a świadomość ekologiczna

Napoje oferowane w lokalach gastronomicznych są dostarczane w szerokiej gamie opakowań: szklanych, plastikowych i wielomateriałowych, o różnych objętościach. Wyraźnie dominują butelki szklane, zarówno zwrotne, jak i bezzwrotne. Woda dla pracowników bywa udostępniana w większych baniakach. Napoje na wynos, takie jak kawa, są wydawane w jednorazowych kubkach i nalewane bezpośrednio z ekspresu.

Gospodarowanie odpadami opakowaniowymi w lokalu dla przeważającej części respondentów nie stanowi problemu. Pojemniki na odpady nie są przepełnione, a lokale dysponują powierzchnią magazynową zarówno na produkty, jak i np. na puste butelki zwrotne. **Brak tych problemów nie stanowi ewentualnego elementu motywującego** do zmiany praktyk związanych z działalnością biznesową, będącą źródłem tych odpadów w lokalach. W jednym z ankietowanych lokali, w którym

podjęto próby oddania zużytych opakowań firmom zewnętrznym, które mogłyby je wykorzystać powtórnie, napotkano problem.

Przedstawiciele praktycznie wszystkich ankietowanych obiektów nie potrafili podać metod na ograniczenie ilości odpadów opakowaniowych w branży gastronomicznej. Wynikało to przede wszystkim z **niewielkiej świadomości ekologicznej oraz braku potrzeby redukcji odpadów**. W przeważającej części lokale nie były skłonne do wprowadzenia rozwiązań wpływających na redukcję odpadów opakowaniowych po napojach, ponieważ nie zauważano problemów z utylizacją odpadów. W pojedynczych lokalach wskazano zgniatanie opakowań jako metodę ograniczenia objętości odpadów.

Dlaczego właściciele lokali nie wprowadzają rozwiązań mających na celu redukcję ilości odpadów?



W przypadku butelek zwrotnych w części lokali zwracano uwagę na **utrudnienia przy ich zwrocie i ewentualne dodatkowe koszty związane z ich odbiorem** przez firmę dostawczą. W porównywalnej liczbie obiektów rozwiązanie z zastosowaniem butelek zwrotnych funkcjonuje i **jest oceniane jako korzystne, wygodne i niestwarzające problemów**.

W obiekcie reprezentującym lokal sieciowy jako powód braku napojów w opakowaniach szklanych w ofercie podano duże ryzyko stłuczenia się, a tym samym możliwość dostania się okruchów szklanych do pożywienia. W kameralnych lub ekskluzywnych lokalach uzyskano informację, iż zapotrzebowanie na napoje w butelkach o małych objętościach generowane jest oczekiwaniami klientów, którzy chcą, by zamówiony napój był otwierany bezpośrednio przy nich. Lokal oferujący napoje w jednorazowych kubkach na wynos wykorzystywał opakowanie jako nośnik reklamy, a w rezygnacji z tego typu opakowania widział ewentualną stratę kanału promocji.

Na pytanie o **potencjalną chęć udziału w akcjach proekologicznych** przedstawiciele części obiektów

Jako ciekawe rozwiązanie zastosowane w jednym z miejsc warto wskazać zachęcanie stałych klientów do zwrotu tacek, na których wydawane są napoje na wynos. Jego celem jest ograniczenie zarówno ilości odpadów, jak i kosztów (zakup nowych tacek). Może mieć też oddziaływanie marketingowe - związanie klienta z danym lokalem.

ją potwierdzili, lecz deklarując, że nie znają takich akcji i nie wiedzą jak mogłyby one wpłynąć na postrzeganie ich lokalu gastronomicznego. Część ankietowanych wskazała, że taka decyzja podejmowana byłaby na wyższym szczeblu i nie mogą udzielić odpowiedzi.

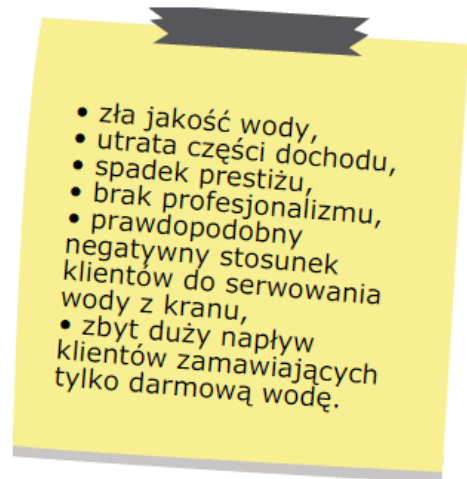
Woda wolna od butelek

Wiedza ankietowanych osób na temat akcji, które promują serwowanie wody z kranu w lokalach gastronomicznych, jest zróżnicowana. 14 z 26 właścicieli lokali słyszało o tej inicjatywie, z czego 4 lokale wprowadziły do swojej oferty opcję wody kranowej podawanej do picia. Lokale te oferują wodę kranową jako bezpłatny napój bez dodatkowych zobowiązań lub wyłącznie przy zamówieniach.

Obiekty gastronomiczne, które ewentualnie rozważyłyby wprowadzenie wody wolnej od butelek, reprezentowane są w niewielkiej liczbie 4 obiektów w stosunku do 18 lokali, które są stanowczo przeciwne takiej akcji. Rozważający wprowadzenie do swojej oferty możliwości oferowania wody z kranu deklarowali niepobieranie opłat lub sprzedaż wody z kranu za symboliczną kwotę.

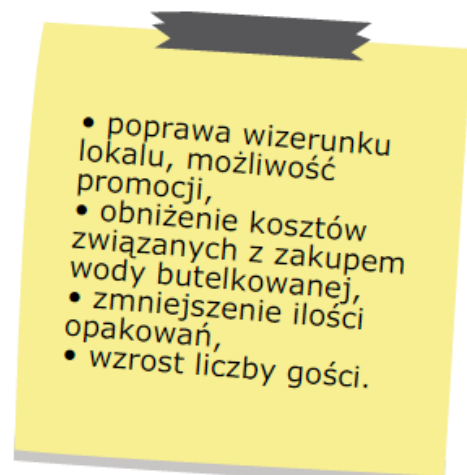
Serwowanie klientom wody z kranu w lokalach gastronomicznych zwykle kojarzy się respondentom negatywnie. **Głównymi obawami, które były wymieniane przez właścicieli, menedżerów czy pracowników były:**

Wiele osób podkreślało obawę o jakość warszawskiej wody z kranu i jej negatywny wpływ na zdrowie ludzi. Badania Sanepidu nie są dla nich wystarczającym potwierdzeniem jakości. Niektórzy ankietowani uważali, że instalacja wodociągowa w Warszawie jest przestarzała. Istotnym aspektem była również częściowa utrata dochodu. Jeden z interesariuszy wskazywał, że zamawiając wodę butelkowaną zwiększa wartość zamówienia od dostawcy, co wpływa na otrzymanie zniżki. Ograniczenie lub zaprzestanie zamawiania wody butelkowanej, stanowiącej większość zamówienia, wiązałaby się ze stratami. Ankietowane osoby zaznaczały także, że woda podawana w butelce jest bardziej atrakcyjna dla klientów i potwierdza jakość zamawianego napoju, mówi o profesjonalizmie, prestiżu i atrakcyjności lokalu.



Widziano również pozytywne aspekty takich akcji. Na podstawie rozmów z właścicielami **można wyznaczyć kilka podstawowych korzyści płynących z wprowadzenia wody z kranu. Są to:**

Poprawa wizerunku lokalu była przedstawiana przez znaczną część ankietowanych (10 na 26 przypadków). Odpowiedź wiązała się ze wskazaniem na ogólny trend zdrowego żywienia i życia w zgodzie z naturą. Możliwość serwowania wody z kranu mogłaby przyciągnąć klientów, którym zależy na ograniczeniu odpadów opakowaniowych. Głównymi zainteresowanymi wodą z kranu w ankietowanych obiektach gastronomicznych są obcokrajowcy. Polacy nie wykazują zainteresowania możliwością wybrania wody z kranu.



Proponowane rozwiązania

W wyniku powyższych analiz otrzymanych wyników autorzy przedstawiają potencjalne rozwiązania mogące ograniczyć ilość odpadów opakowaniowych. Jednym z elementów jest promowanie picia wody z kranu. Przedstawiane rozwiązania można podzielić na działania, które mogą być prowadzone wewnątrz i na zewnątrz lokalu gastronomicznego. Niektóre inicjatywy nie są zależne od właścicieli, np. takie jak zmiany wprowadzane w prawie czy modernizacja instalacji wodociągowej, które są wynikiem decyzji podejmowanych przez władze lokalne.

Działania wewnątrz lokalu:

- szkolenia dla pracowników mające na celu zwiększenie świadomości, np. wycieczka do wodociągów,
- organizacja eventów i akcji – wieczory filmowe, dyskusje, podczas której podawana jest woda z kranu (tematyka spotkań różna, o wodzie, ale i o innych),
- udział w akcjach proekologicznych,
- na każdym stole w lokalach gastronomicznych dzbanek wody z kranu, niezależnie od zamówienia,
- możliwość przyniesienia własnego kubka/opakowania,
- zniżka dla klienta z własnym kubkiem,
- rezygnacja z wody w małych butelkach - designerski dystrybutor wody,
- możliwość napełnienia butelki wodą z kranu przy składaniu zamówienia,
- zamontowanie urządzeń do pomiaru jakości i składu wody, widoczne dla klientów,
- możliwość zakupu w lokalu spersonalizowanych bidonów, w połączeniu z akcją reklamową,
- certyfikaty potwierdzające jakość wody wywieszane w widocznych miejscach,
- oferowanie w lokalach naczyń jadalnych/biodegradowalnych.

Działania zewnętrzne, na które właściciele lokali gastronomicznych mają wpływ:

- nowe formy promocji lokali: mapki interaktywne, aplikacja mobilna, gazetka informacyjna o miejscach, gdzie dostępna jest woda z kranu, w połączeniu z kampanią społeczną (gazetki i aplikacje jako materiały edukacyjne),
- konkursy dla klientów, mające na celu wyłonienie najlepszych pomysłów na redukcję opakowań,
- zaangażowanie celebrytów, sportowców do kampanii społecznych,
- modernizacja sieci wodociągowej z funduszy miasta i promowanie działań i wyników w mediach, poprzez m.in. stworzenie mapy z przedstawionymi ujęciami, przyłączami i informacjami o aktualnej jakości wody,
- niższe stawki za wodę dla lokali wprowadzających akcję picia wody z kranu.

Działania zewnętrzne niezależne od właścicieli lokali gastronomicznych:

- ustawa o obowiązku posiadania określonego udziału opakowań zwrotnych w ogólnej liczbie opakowań w lokalu,
- produkcja i użytkowanie butelek o mniejszej zawartości plastiku,
- nowa ustawa: użycie do produkcji butelek w przeważającym procencie plastiku z recyklingu,

- certyfikacja lokali przez specjalistyczne organizacje i sanepid (naklejki, pieczętki),
- wprowadzenie przez urząd miasta poidetek w szkołach, urzędach, miejscach publicznych, przy ścieżkach rowerowych oraz w otoczeniu lokali (np. rynek) i stworzenie mapy tych miejsc,
- oferowanie wody z kranu na trasie podczas wydarzeń sportowych,
- obniżenie cen dużych pojemników na wodę (>5l),
- wprowadzenie przez ustawodawcę dodatkowego podatku na butelki bezzwrotne,
- nowa ustawa: redukcja sztućców oraz naczyń plastikowych dostępnych w lokalach,
- dostarczanie do lokali napojów w koncentratkach, dużych opakowaniach,
- punkty dla klientów za udział w akcji picia wody w lokalach i odbiór nagród w urzędach miasta,
- oferowanie wody z kranu w food truckach,
- oferowanie wody z kranu oraz możliwość zakupienia naczyń wielokrotnego użytku (jako zastępstwo opakowań plastikowych) podczas organizacji wydarzeń miejskich,
- kampanie społeczne.

Ilość generowanych obecnie odpadów stanowi istotne zagrożenie dla środowiska. Z powyższej analizy wynika jednak, że problem ten jest niezauważany przez właścicieli lokali gastronomicznych. Istnieją dwa sposoby na redukcję ilości odpadów opakowaniowych: od podstaw, gdzie rozwiązanie pojawiłoby się na poziomie segregacji i recyklingu, bądź szerzej, poprzez wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań. Propozycje takich innowacji zostały opisane w powyższym raporcie. Mamy nadzieję, że staną się one inspiracją i zachęcą Państwa do wprowadzenia dobrych praktyk w Państwa działalności.

Załącznik 1. Przykłady dobrych praktyk

Dobrymi praktykami, które przyczyniają się do ograniczenia opakowań w lokalach gastronomicznych są między innymi:

„Tu dostaniesz wodę z kranu”, która ma na celu promocję miejsc w całej Polsce, gdzie zawsze można poprosić o darmową wodę z kranu. Jest to niezależna inicjatywa społeczna mająca na celu promowanie rozsądnego gospodarowania surowcami. Lokale, które biorą udział w tej akcji, są oznakowane charakterystyczną naklejką. Również wielu właścicieli lokali bierze czynny udział w zachęcaniu swoich klientów do wybierania darmowej wody z kranu zamiast wody butelkowanej. Zachowania te były promowane dodatkowo przez właścicieli lokali m.in. w Gdańsku, Gdyni oraz Sopocie. Takie działania mogą pozytywnie wpłynąć na wizerunek lokalu.



www.halo-wawa.pl/woda-z-kranu-nie-taka-zla/

Często stosowaną praktyką zagranicą jest promowanie posiadania własnej butelki wielokrotnego użytku, którą można uzupełniać darmową wodą z kranu. W Polsce również można już kupić butelkę tego typu, w tym np. taką, która jest oznakowana hasłem deklarującym picie wody z kranu przez jej posiadacza (co stanowi stały i widoczny nośnik idei). Podobnym rozwiązaniem na ograniczenie opakowań w lokalach gastronomicznych jest zachęcanie klientów do przychodzenia po kawę z własnym kubkiem wielokrotnego użytku. Jest to inicjatywa nie tylko małych lokali (w kraju i za granicą), ale również znanych sieciówek (za granicą).



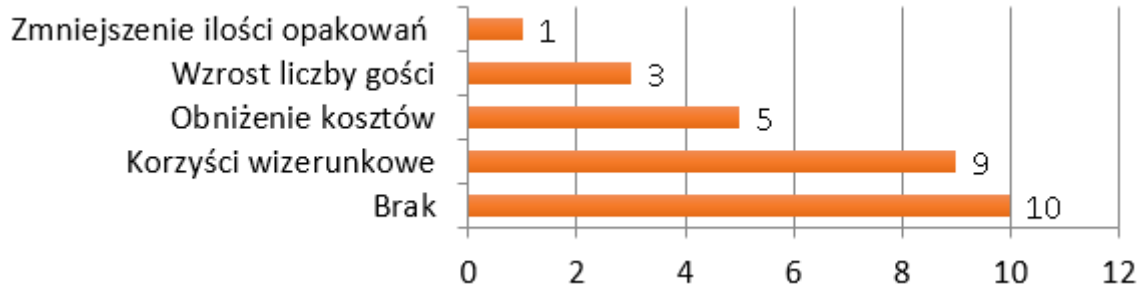
www.butelka.pijewodezkranu.org

Kolejnym przykładem dobrej praktyki jest montowanie poidełek w szkołach. Akcja ta polega na propagowaniu wśród dzieci picia wody z kranu, co ogranicza zakup wody w opakowaniach. W ramach akcji często przy zamontowanych źródłkach były zawieszane plakaty informujące o zaletach czystej wody do picia, w przeciwieństwie do słodzonych napojów. Praktyka ta jest wprowadzana w szkołach, m.in. w Gdańsku, Lublinie i Warszawie. Akcja ta mogłaby być zaczerpnięta przez właścicieli restauracji, skutkująca zamontowaniem poidełek przed lokalami, które mogłyby przyciągnąć klientów.

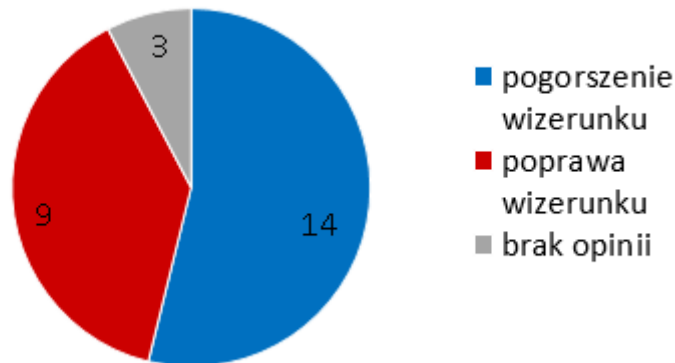
Władze samorządu lokalnego również promują picie wody z kranu. Podczas spotkań i konferencji podają do picia wyłącznie wodę z kranu, eliminując zakup wody butelkowanej. Przykładami miast, w których jest prowadzone to działanie, to Warszawa czy Słupsk. W niektórych obiektach użyteczności publicznej montowane są również poidełka dostępne dla interesantów. Podobnie jak w przypadku poidełek w szkołach montowanie takich urządzeń w urzędach może przyczynić się do popularyzacji spożycia wody z kranu w lokalach gastronomicznych przez klientów.

Załącznik 2. Wyniki przeprowadzonej ankiety

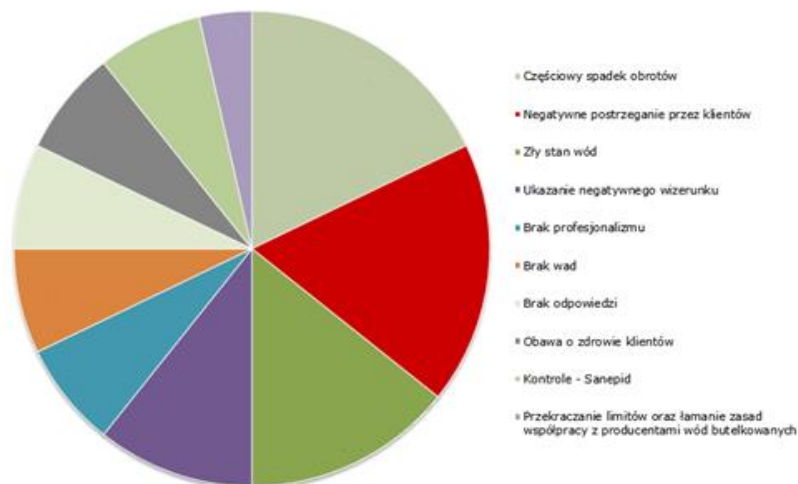
1. Jakie korzyści może przynieść serwowanie wody z kranu?



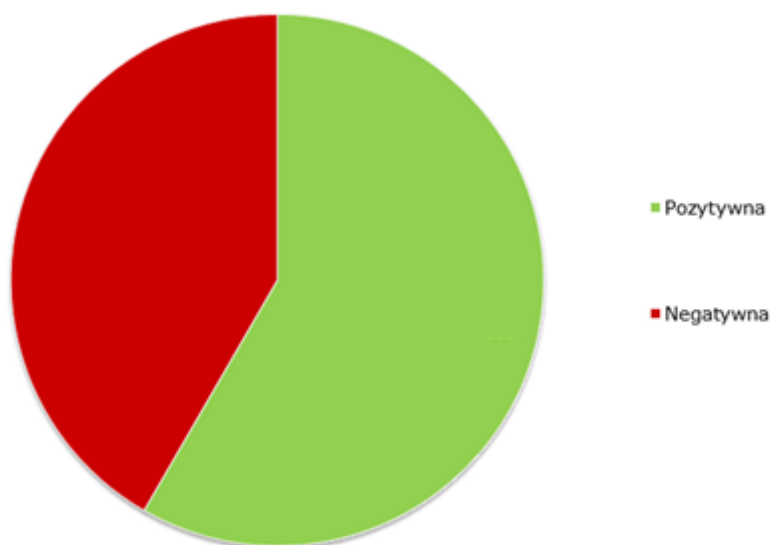
2. Czy widzą Państwo możliwość poprawy wizerunku w związku z serwowaniem wody z kranu?



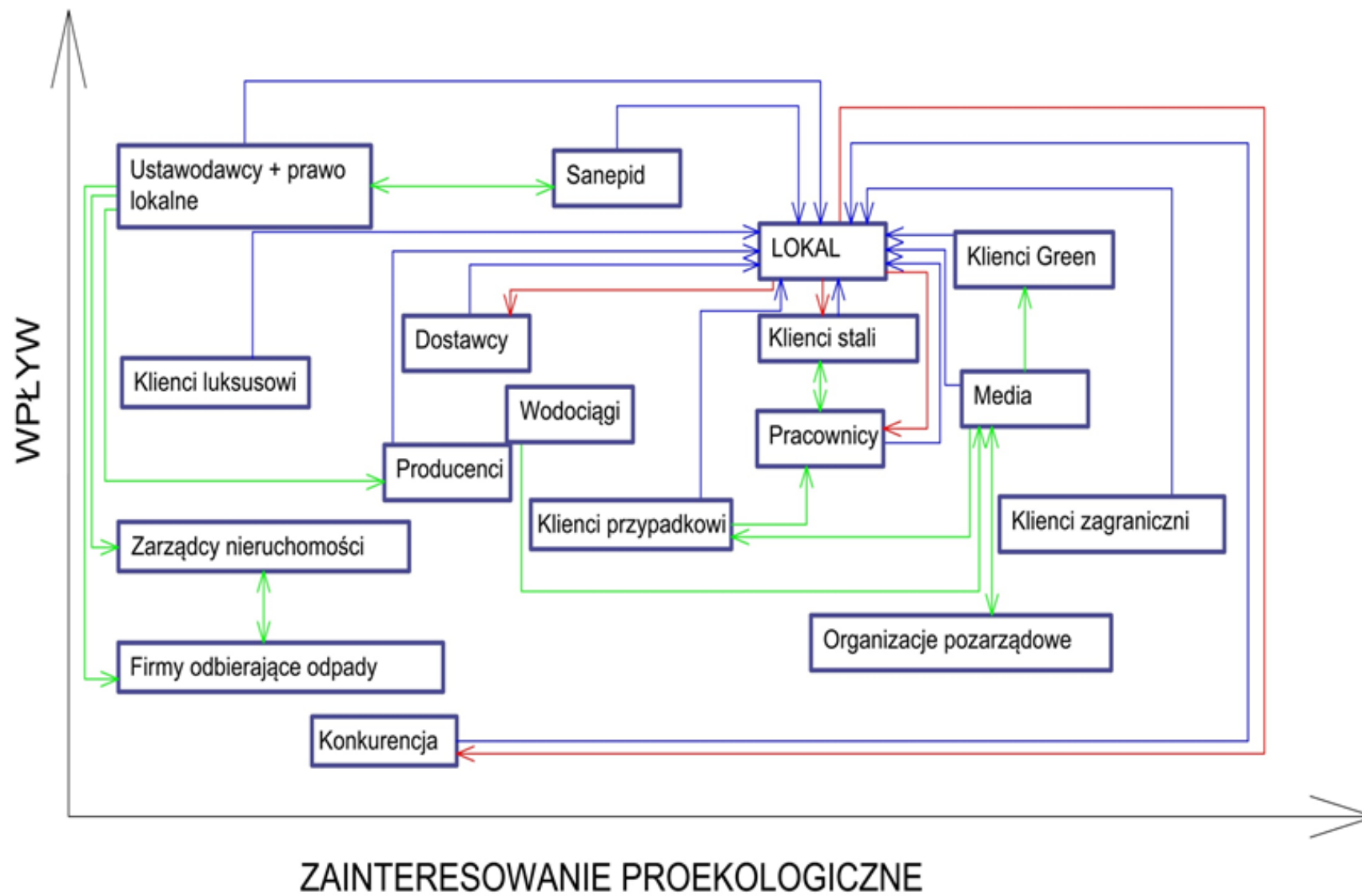
3. Obawy przed podawaniem wody z kranu w lokalach gastronomicznych:



4. Wpływ serwowania wody z kranu na wizerunek podmiotu według restauratorów



Załącznik 3. Mapa interesariuszy



Załącznik 4. Obszar analizy

