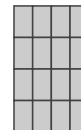


Održiva ambalaža je naš način da čuvamo resurse

Medij - Rubrika: InStore - Van rubrike
Datum: Pet, 30/09/2022
Površina članka: 608cm2
Strana: 53

Zemlja: Srbija
Autor:
Deo: 1/1



ODRŽIVA AMBALAŽA JE NAŠ NAČIN DA ČUVAMO RESURSE

S obzirom na to da istraživanja pokazuju da je održivo pakovanje važno potrošačima, šta u kompaniji CC HBC činite kako biste ambalažu svojih brendova učinili što održivijom?

Održiva ambalaža, koja je izuzetno važna karika u našoj strategiji održivog poslovanja, naš je način da potrošačima ponudimo ekološki prihvatljivija rešenja, a prirodi uštedimo dragocene i ograničene resurse. Svi naši proizvodi dolaze u ambalaži koja je reciklabilna. Kad god je to moguće, nastojimo da koristimo "lakšu" ambalažu ili da uvedemo neku inovaciju. Primera radi, Next sokovi su u ambalaži od biljnog materijala, dok smo za Next sokice od ove godine, umesto plastičnih, uveli kartonske slamčice koje je lakše reciklirati. Brojne su inovacije koje imamo širom tržišta gde posluje, postavljajući nove standarde i inspirišući srodnu industriju, ali i potrošače. Cilj nam je jednostavan: želimo da iskoristimo što manje sirovina i da u ponovni ciklus proizvodnje vratimo što više. Zato imamo aktivnu ulogu, ne samo u sopstvenom dvorištu, već i u dijalogu o sistemima kolekcije, koji treba da funkcionišu na adekvatan način. Ako želimo da budemo lider u održivosti i omiljeni brend i u narednim decenijama, jasno je da je ovo jedini pravi put.

Nedavno ste na tržište uveli inovativno i održivo rešenje na ambalaži, tzv. KeelClip. Kakve promene ste doneli na ovaj način?

Od maja na tržištu imamo i inovaciju u vidu KeelClip pakovanja, kojom ćemo u narednih pet godina uštedeti 144 tone plastike. Kako ćemo to uraditi? KeelClip je zapravo kartonski poklopac, koji drži grupisanim četiri limenke. Kao što potrošači sigurno znaju, do sada su četiri limenke Coca-Cole dolazile obmotane u plastični omotač. Sada smo plastiku zamenili KeelClip-om, koji je od kartona, kao potpuno bio-razgradivog materijala. Deluje kao mali korak, ali imajući u vidu učešće Coca-Cola i Coca-Cola Zero limenki u našoj ukupnoj prodaji, ova inicijativa će imati vidljive rezultate. Prodaja ovih pakovanja raste, što pokazuje da su potrošači zaista ekološki osvešćeni i da biraju proizvode koji brinu o resursima i prirodi.



Tisa Čaušević
menadžerka za javne i regulatorne poslove
Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora

Izuzetno ste aktivni kad je promocija reciklaže u pitanju. Podsetite na ključne inicijative.

Coca-Cola HBC Srbija kontinuirano sprovodi aktivnosti koje za cilj imaju podizanje svesti o reciklaži i podršku u postavljanju potrebne infrastrukture, kao predušlovima za samu akciju recikliranja.

U saradnji sa Sekopakom, u opštini Kučevo, gde od ove godine imamo našu novu punionicu gazirane vode Rosa Homlje, sprovodimo projekat „Hoćemo novu šansu – recikliraj“. U sklopu ovog projekta, opštini Kučevo donirali smo 30 kontejnera i 20 kutija za odvajanje PET plastike i aluminijumskih limenki. Na taj način, omogućavamo primarnu selekciju otpada, koji se potom šalje na reciklažu. U Kragujevcu je, takođe, zaživeo jedinstveni projekat „Reciklažom do vožnje“, koji se nastavlja i u 2022. godini. Postavljanjem pet mašina za prikupljanje staklene i tetrapak ambalaže, PET plastike i limenki, građani su dobili priliku da aktivno učestvuju u pravilnom odlaganju ambalažnog otpada. Za to su i nagrađeni sredstvima koja mogu upotrebiti za korišćenje usluga javnog prevoza i mobilne telefonije. Uskoro ćemo, u saradnji sa partnerima iz industrije,

pokrenuti još jedan inovativan projekat, koji će koristiti najnovije tehnologije i za cilj imati podsticanje reciklaže kod naših potrošača. Imamo još novih ideja za 2023. godinu, gde će nam posebno biti važna sinergija na terenu, koju možemo da postignemo s našim kupcima, zajedničkim akcijama ka potrošačima.

Da li, kao društvo, dovoljno znamo o reciklaži?

Kolektivna svest o značaju pravilnog upravljanja ambalažnim otpadom se budi, što je ohrabrujuće, ali prostora za dodatnu edukaciju uvek ima. Nedavno istraživanje o navikama i ekološkoj svesti potrošača u potrošnji bezalkoholnih pića, koje smo sproveli u saradnji sa Centrom potrošača Srbije, potvrdilo nam je da potrošači imaju osvešćeniji odnos prema održivim rešenjima. Rezultati su pokazali da čak 65% ispitanika smatra bitnim korišćenje reciklirane ambalaže, a skoro polovina je važno na koji način proizvođač vodi računa o životnoj sredini. 56,4% ispitanika smatra da je važno da svako vodi računa o životnoj sredini i lično se trudi, međutim samo 15,3% ispitanika redovno reciklira. Ono što smo iz tog istraživanja uvideli jeste da su potrošačima potrebne dodatne informacije na koji način da mogu da se uključe u reciklažu i gde da selektivno odlože otpad. Zato je važna uloga koju imamo i mi kao kompanije, u saradnji sa državnim institucijama i lokalnim samoupravama, ali i mediji, da edukujemo i inspirišemo, i obezbedimo uslove za zaista cirkularnu ekonomiju kada je ambalaža u pitanju.

