

# Komunikat z badań

## Plastik większym problemem niż zmiany klimatu

30 października 2019 r.

**Izabela Jagodzińska**  
Consumer Panels & Services  
Ekspert  
T +48 22 43 41 239  
M +48 500 100 500  
[maciej.siejewicz@gfk.com](mailto:maciej.siejewicz@gfk.com)

**Maciej Siejewicz**  
Marketing & Communications  
Manager  
T +48 22 43 41 239  
M +48 500 100 500  
[maciej.siejewicz@gfk.com](mailto:maciej.siejewicz@gfk.com)

Międzynarodowy Raport GfK "*Who cares? Who does?*" na temat opinii i postaw konsumentów wobec problemów ekologicznych

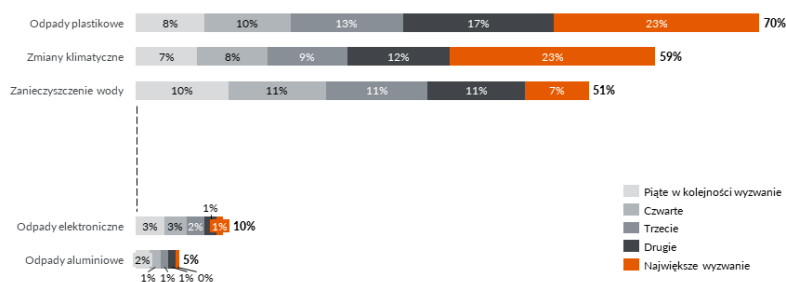
**Warszawa, 30 października 2019 r. – Problematyka związana z odpowiedzialnym użytkowaniem i wykorzystywaniem opakowań z tworzyw sztucznych oraz zarządzaniem ich odpadami jest najważniejszym wyzwaniem środowiskowym dla konsumentów z 11 europejskich krajów objętych badaniem.**

70 proc. europejskich konsumentów wymieniło odpady z tworzyw sztucznych jako najważniejsze z 5 największych światowych wyzwań środowiskowych. Najczęściej problem ten jest dostrzegany przez Niemców (75 proc. wskazań), najrzadziej przez Węgrów (55 proc.). Generalnie rzecz biorąc zarządzanie odpadami z tworzyw sztucznych i zmiany klimatyczne są obecnie w opinii konsumentów dominującymi wyzwaniami środowiskowymi.

Unikanie odpadów z plastiku jest jednym z 5 najważniejszych wyzwań środowiskowych



### Top 3 globalnych wyzwań środowiskowych



GfK Polonia Sp. z o.o.  
ul. Ludna 2  
Warszawa, 00-406  
Polska

T: +48 22 43 41 000  
F: +48 22 43 41 010

Zarząd:  
Agnieszka Sora

Sąd Rejonowy  
dla M. St. Warszawy  
XII Wydział Gospodarczy  
Krajowego Rejestru Sądowego  
KRS 0000163116  
NIP: 527-020-35-72  
Kapitał zakładowy:  
1 500 000 PLN

© GfK 2019

1

Na tle wszystkich analizowanych w badaniu rynków europejskich polscy nabywcy nie widzą w odpadach z tworzyw sztucznych tak dużego problemu. W Polsce odsetek wskazań jest podobny do węgierskiego (58 proc.). W opinii Polaków odpady plastikowe są trzecim w kolejności

największym globalnym wyzwaniem środowiskowym, po zanieczyszczeniu powietrza i wody.

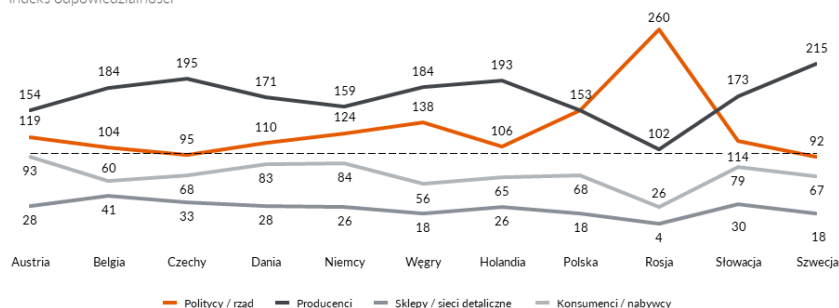
W prawie wszystkich krajach objętych badaniem (z wyjątkiem Rosji) konsumenci uważają producentów za najbardziej odpowiedzialnych za kontrolowanie i ograniczanie odpadów z tworzyw sztucznych. Warto także podkreślić, że zaskakująco rzadko w tej roli widziany jest przez konsumentów handel/ sieci detaliczne. W Polsce nabywcy obarczyliby również dużą dozę odpowiedzialności co producentów, także administrację państwową.

To producenci a nie sieci detaliczne są obciążani odpowiedzialnością za odpady z plastiku



Na kim spoczywa odpowiedzialność za ograniczanie zużycia plastiku?

Indeks odpowiedzialności



© GfK 2019

2

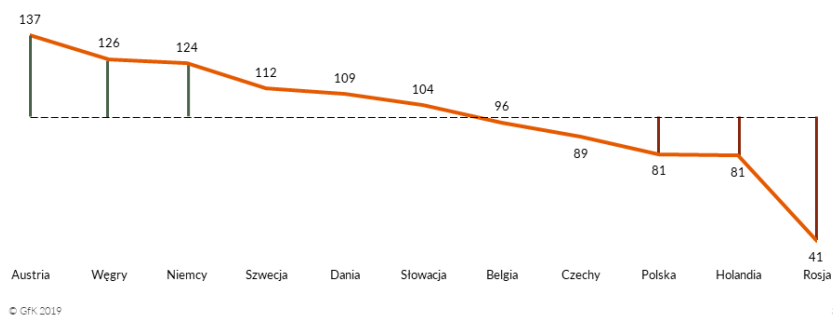
Polscy nabywcy, jako populacja, nadal mają dość podstawową wiedzę na temat dbania o środowisko, unikania plastiku i ograniczania produkcji opakowań z tworzyw sztucznych. Jednak poziom świadomości społecznej rośnie i coraz więcej z nich jest zainteresowanych tymi zagadnieniami. *Responsibility Index* ilustrujący poziom świadomości i zestaw zachowań konsumenckich związanych z odpowiedzialnym postępowaniem z tworzywami sztucznymi jest dla Polski na poziomie 81 punktów (przy średniej dla 11 badanych krajów na poziomie 100 punktów). Dla porównania najniższą wartość wskaźnik przyjmuje w Rosji (41 punktów), a najwyższą w Austrii (137 punktów).

Duże różnice pomiędzy krajami w deklarowanej aktywności respondentów na rzecz unikania odpadów plastikowych



### Wskaźnik aktywnych zachowań konsumentów prowadzących do ograniczenia tworzyw sztucznych

Indeks kraju (deklaracje); średnia ze wszystkich jedenastu krajów = 100



Izabela Jagodzińska, ekspert w zespole *Consumer Panels & Services GfK* komentuje: „Polscy nabywcy mają dość podstawową wiedzę na temat dbania o środowisko i ograniczania zakupu produktów w opakowaniach z tworzyw sztucznych jednorazowego użytku. Jednak poziom świadomości społecznej rośnie i coraz więcej klientów jest zainteresowanych tymi zagadnieniami. Nadal konieczne jest zwiększenie świadomości społecznej poprzez kampanie informacyjne i wywieranie nacisku na producentów, aby zmniejszyli ilość produkowanego i marnowanego tworzywa sztucznego”.

### Informacje o badaniu

Badanie przeprowadzono na przełomie kwietnia i maja 2019 roku na próbie n=40.091 respondentów, na 11 europejskich rynkach: Austrii, Belgii, Czech, Danii, Holandii, Niemiec, Polski, Rosji, Słowacji, Szwecji, Węgier. Respondentami były osoby decyzyjne, odpowiadające w gospodarstwach domowych za dokonywanie zakupów, biorące udział w Panelu Gospodarstw Domowych GfK.

– KONIEC –

### GfK

GfK stosuje naukowe podejście w analizie danych. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom badawczym dostarczamy informacje o konsumentach, rynkach, markach i mediach. Zarówno tych dzisiejszych, jak i przyszłych. Dla naszych klientów jesteśmy sprawdzonym partnerem badawczym i analitycznym. „Growth from Knowledge”.