

Tisková zpráva – 06. 12. 2023

65 % Čechů je pro zálohování PET lahví a plechovek, zatímco zavedení opatření ohledně neoddělitelných víček na plastových lahvích moc nerozumí

Zavedení uzávěrů připevněných k plastovým lahvím pevným způsobem a zálohované PET lahví a plechovek

Výzkum probíhal v šesti zemích **Evropského národního panelu** ve dnech 27/9/23 – 5/10/23 na celkovém vzorku $n=5804$, jednalo se o reprezentativní populaci dané země ve věku 18+ (Česká republika $n=1060$, Slovensko $n=1044$, Polsko $n=1049$, Maďarsko $n=1033$, Bulharsko $n=835$, Rumunsko $n=783$).

Podle směrnice Evropské unie 2019/904 o omezení dopadu některých plastových výrobků na životní prostředí, členské státy EU tuto změnu začlenily do svých právních předpisů. Změna se týká zavedení uzávěrů/víček připevněných k plastovým lahvím „pevným“ způsobem. Do července 2024 se tato změna bude týkat všech plastových lahví od všech výrobců a distributorů. Zajímalo nás, jestli respondenti Evropského národního panelu tuto změnu zaznamenali a do jaké míry rozumí důvodům pro zavedení této změny.

Nápoje z plastových lahví pije alespoň občas většina z nás, 1/3 konzumentů považuje změnu ohledně pevných uzávěrů za zásadní

90 % respondentů ENP pije alespoň občas nápoje z plastových lahví s plastovým víčkem, ať už jde o alkoholické, nebo nealkoholické nápoje, ochucené nebo neochucené, perlivé nebo neperlivé. Změnu ohledně uzávěrů plastových lahví jako **zásadní** (rozhodně + spíše) vnímá téměř **1/3 panelistů**.

Nejvíce konzumentů nápojů z plastových lahví najdeme v Bulharsku (96 %), naopak nejméně v **České republice (87 %)**. Pro 22 % Čechů je změna ohledně pevných plastových uzávěrů zásadní (rozhodně + spíše), a to zejména pro Čechy ve věku 30-44 let (26 %).

Změnu týkající se pevných plastových víček již zaznamenalo 67 % oslovených respondentů. **48 % mělo** v době realizace výzkumu **i osobní zkušenost** s pevným uzávěrem na plastové lahvi. Nejvíce respondentů, kteří se již s pevným uzávěrem potkali nalezneme v Maďarsku (63 %), v Rumunsku (61 %) a v Bulharsku (58 %). Naopak tuhle zkušenost má zatím pouze 1/3 Poláků. Osobní zkušenost má také již více než polovina lidí, kteří alespoň občas pijí nápoje z plastových lahví.

V České republice má s pevnými víčky na plastových lahvích **osobní zkušenost již 44 % lidí**. Dalších 25 % Čechů tuto změnu zaznamenalo, ale zatím se s ní v praxi nepotkali.

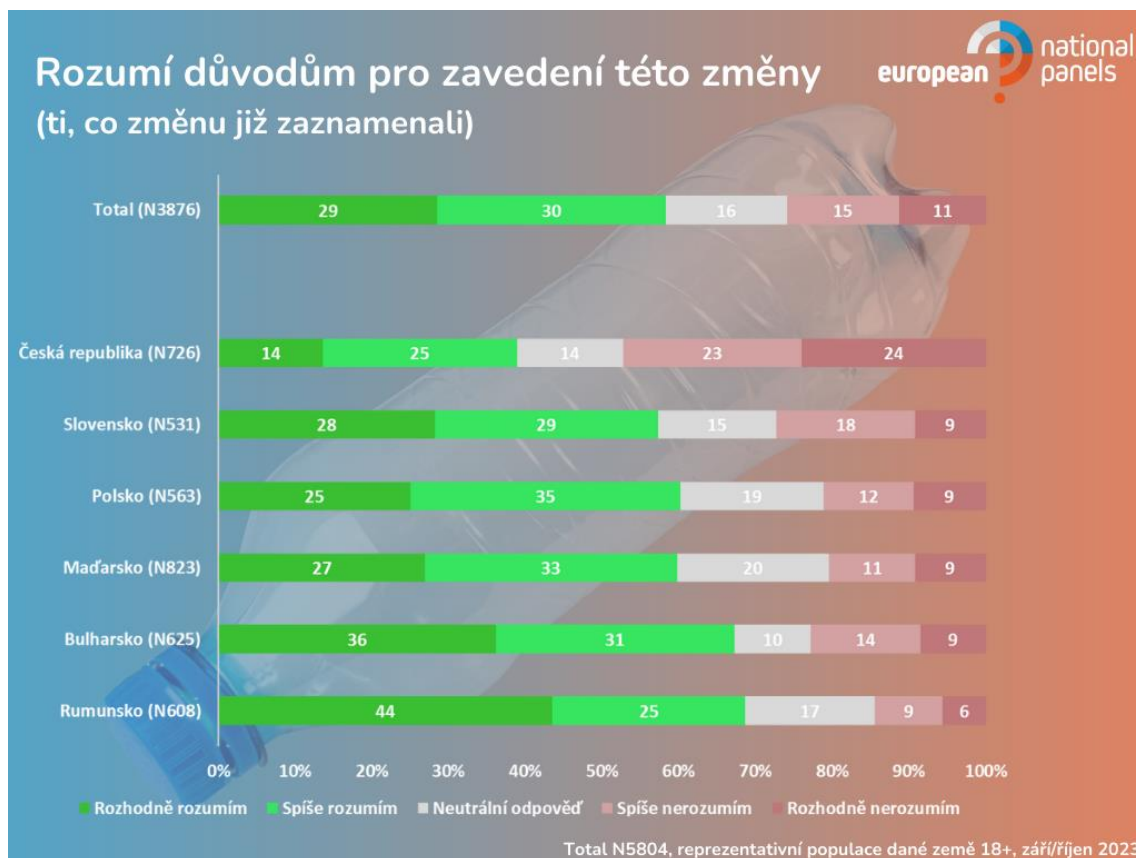


Češi, kteří nakupují limonády často, mají k ochraně životního prostředí spíše „vlažný“, někdy až odmítavý postoj

Zatímco v obecné populaci ČR recykluje 80 % lidí (deklarace „snažím se recyklovat, jak mohu“), u spotřebitelů nakupujících limonády minimálně jednou týdně je to jen 71 %. Z pravidelných kupců limonád si 31 % myslí, že se v ČR příliš zabýváme životním prostředím, zatímco v obecné populaci s tím souhlasí 25 % lidí. A charakteristiku této cílové skupiny ve vztahu k ŽP dokládá fakt, že 20 % lidí konzumujících limonády alespoň jednou týdně odmítá slevovat ze svého životního standardu ve prospěch životního prostředí, zatímco v obecné populaci jen 16 %. Vyplyvá to z NÁRODNÍCH DAT o spotřebním chování v ČR, které společnost **NADA Research** sbírala v období podzim 2022 a jaro 2023.

47 % Čechů, kteří tuto změnu zaznamenali dostatečně nerozumí jejím důvodům. 26 % z nich o opodstatnění této změny nic nepřesvědčí, chtějí odnímatelná víčka zpět

Téměř 3/5 respondentů ENP z těch, kteří tuto změnu zaznamenali, nebo s ní mají i osobní zkušenost, důvodům její zavedení rozumí (rozhodně + spíše). Nejnižší míra pochopení, proč k této změně dochází je v České republice. Až čtvrtina Čechů uvádí, že rozhodně nerozumí tomu, proč musí být uzávěry připevněné k plastovým lahvím pevným způsobem. Celkově ale této změně nerozumí až 47 % Čechů (rozhodně + spíše nerozumím). O něco méně pochopení nalezneme u českých mužů (důvodům rozhodně nerozumí 27 % z nich) a u lidí se SŠ vzděláním (důvodům rozhodně nerozumí 28 % z nich).



Těch, kteří dostatečně nerozumí důvodům zavedení této změny, jsme se zeptali, co by jim lépe pomohlo pochopit důvody tohoto opatření a také tuto změnu lépe přijmout.

1/3 Čechů, pro které není zavedení tohoto opatření dostatečně srozumitelné, by uvítala **lepší komunikaci a informovanost širší veřejnosti**. 17 % by pomohlo důvody lépe pochopit, kdyby byla **informace**, proč ke změně došlo, uvedena **na etiketách lahví**, kterých se nově zavedené pravidlo dotýká. 14 % by rádo mělo možnost **vyjádřit se k takové změně před jejím zavedením do praxe**, 4 % dokonce formou referenda. 13 % sdílí názor, že by se tohle opatření mělo odrazit na ceně produktu a **„ekologičtější“ láhev by měla mít nižší cenu** než ta původní.

1/5 z těch, kteří důvodům nerozumí sdílí názor, že by na trhu měly být oba typy lahví a spotřebitel by měl mít možnost se rozhodnout, kterou si vybere. **26 % českých respondentů ale nepřesvědčí vůbec žádné argumenty** a chtějí plastové lahve s odnímatelným uzávěrem zpět. (ti, kteří nerozumí důvodům zavedení této změny)

Pouze 8 % Čechů z těch, kteří mají již o této změně určité povědomí ji hodnotí jako rozhodně pozitivní. 16 % Čechů ji vidí jako spíše pozitivní a dává jim to smysl. 35 % nové opatření hodnotí jako spíše negativní a 18 % dokonce silně negativně. **23 % Čechů je to zcela jedno.**

Budeme zálohovat plastové láhve a plechovky? Češi jsou pro

Již to bude rok, co sousední Slovensko spustilo systém zálohování PET lahví a plechovek se speciálním označením „Z“. Zajímalo nás, jak by na tuto novinku směřující ke snížení množství odpadu a zvýšení recyklace nápojových obalů reagovali Češi.

Pro zavedení zálohování plastových lahví a plechovek je 65 % Čechů. 36 % dokonce vyjádřilo své rozhodné ano. Zatímco rozhodně pro jsou zejména Češi ve věku 18-29 let (50 %) a ve věku 30-44 let (43 %), u Čechů nad 60 let bylo rozhodně pro pouze 26 % z nich.



Pokud máte zájem se účastnit podobných výzkumů a anket, můžete se přidat ke komunitě respondentů Evropského národního panelu a přispět svojí odpovědí ve výzkumech na různá témata. Více informací naleznete zde www.narodnipanel.cz/media

Kontakt pro média:

Petra Starovičová

Marketing & PR Manager, European National Panels

Štěpánská 611/14

110 00 Praha 1, Česká republika

+420 777 356 902

e-mail: starovicova@narodnipanel.cz

www: www.nationalpanel.eu

Doplňující informace:

Společnost **NADA Research** shromažďuje NÁRODNÍ DATA o spotřebním chování obyvatel ČR. Popisují vztah zákazníků k 5 000 značek ve 170 tržních kategoriích, jejich nákupní a mediální zvyklosti. Od roku 2021 proběhlo již šest pololetních vln sběru dat. Zakladateli společnosti jsou tři ředitelé výzkumných agentur Jan Tuček, Ondřej Veis a Tomáš Hynčica, kteří zároveň působí jako jednatelé Českého národního panelu.

European National Panels (www.nationalpanel.eu) je společný projekt tří výzkumných agentur sídlících v České republice - Nielsen, NMS Market Research, and STEM/MARK. Představují jeden z největších výzkumných panelů v zemích Visegrádské čtyřky, v Bulharsku a v Rumunsku. Panely v jednotlivých zemích slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponují početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice (pod hlavičkou Český národní panel), 30 000 v Polsku (Polski panel narodowy), 25 000 na Slovensku (Slovenský národní panel), 30 000 v Maďarsku (Magyar Országos Panel), 10 000 v Bulharsku (Bulgarski nacionalen panel) a od září 2023 i 10 000 v Rumunsku (Panelul Național Românesc).

